

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2013). *Advertising's Role In Building Strong Brands*.
- Ameliawaty, R., & Halilah, I. (2018). Pengaruh Brand Awareness terhadap Consumer Decision Making The Influence of Brand Awareness to Consumer Decision Making. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 3(2), 63.
- Ansori, M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 2 - Google Books*. ht
- Brown, D., & Fiorella, S. (2013). *Influence Marketing - Google Books*. 2013.
- Chaffey, D. F. E.-C. (2016). Digital Marketing Strategy, Implementation and Practice Sixth Edition. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Deodata, A. V. P., & Soamole, A. (2019). Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Fast Food Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Taman Mini Abstrak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2), 1–10.
- Dewa, B. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Wisatawan Yogyakarta Pada Produk Oleh-Oleh Jogja Scrummy. *Jurnal Manajemen*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.26460/jm.v8i1.539>
- durianto, darmadi. (2004). *strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*.
- Febrian, S. M. (2018). *Keputusan Pembelian Produk Zara (Studi pada konsumen Zara Sun Plaza Medan)*. 94.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Hermenda, A., Sumarwan, U., & Tinaprillia, N. (2019). the Effect of Social Media Influencer on Brand Image, Self-Concept, and Purchase Intention. *Journal of Consumer Sciences*, 4(2), 76–89.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2013). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E).
- Krisnawati, D. (2016). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Amdk Merek Aqua (Studi Pada Masyarakat Di Kota Bandung). *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(1).

Kelvin Yohanes, 2021

PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN BRAND AWARENESS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN STREET BOBA

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi S1 Manajemen
[www.upnvj.ac.id – www.library.upnvj.ac.id – www.repository.upnvj.ac.id]

- Kusumastuti, A., Khoiron, M., & Achmadi, A. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif* - Google Books. 2020.
- Mulyanto, J. J. (2019). *Pengaruh Brand Awareness dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pokpia Surabaya di Wilayah Surabaya Barat*. 4(April).
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial* - Google Books. 2019. &printsec=frontcover
- Ovan, Saputra, A., & Ahmar, S. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis...* - Google Books. 2020.
- Priansa, D. J. (2017). K. P. T. P. E. M. S. B. P. S. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*.
- Rahardjo, S., & Gudnanto. (2013). *Pemahaman Individu Teknik Nontes* - Google Books. 2013.
- Rangkuti, F. (2009). (2009). *Strategi promosi yang kreatif*. Gramedia Pustaka Utama.
- Rantau, S. (2013). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* - Google Books.
- Siyoto, S., & Ali, M. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* - Google Books. 2015.
- Smuda, C. (2018). *Influencer Marketing. A Measurement Instrument to Determine the Credibility...* - Google Books. 2018.
- Sugiharto, S. A., Ramadhana, M. R., Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer terhadap Sikap pada Merek (Studi pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, VIII(2), 1–9. www.youtube.com/TasyaFarasya,
- Tee, J., Erdiansyah, R., & Aulia, S. (2020). Pengaruh Word Of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Xing Fu Tang di Indonesia. *Prologia*, 4(1), 18.
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2020). Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong. *Prosiding Simposium Nasional Multidisiplin*, 2(2014), 222–230.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian Skripsi Tesis Disertasi dan Karya Ilmiah*. Jakarta Kencana Prenada Media Grup.