

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, R. (2020). *E-Book Digital Marketing Content*. 14. <https://www.amikomsolo.ac.id/wp-content/uploads/2020/09/E-BOOK-DM.pdf>
- Anjani, S., & Irwansyah, I. (2020). Peranan Influencer Dalam Mengkomunikasikan Pesan Di Media Sosial Instagram [the Role of Social Media Influencers in Communicating Messages Using Instagram]. *Polyglot: Jurnal Ilmiah*, 16(2), 203. <https://doi.org/10.19166/pji.v16i2.1929>
- Aryani, M. (2021). Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan*, 6(1), 22. <https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085>
- Aryanto & Wismantoro. (2020). *Digital Marketing*. Yogyakarta: PT Kanisius.
- Darmanto & Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Dharmadi, L. F., & M., Bernadin. D. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Nasabah Bank Bri Cabang Cawang. *Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.35590/jeb.v2i1.706>
- Dr. M. Anang Firmansyah, SE, M. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. *Buku Pemasaran Produk Dan Merek, August*, 336.
- Echdar, S. (2017). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis* (Y. Sartika (ed.)). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Fadila, A., Sholihah, D. R., & Nugraheni, S. (2021). Pembinaan Pengelolaan Keuangan dan Pemasaran Digital pada pelaku UKM Kecamatan Ciomas Bogor. *To Maega : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 221. <https://doi.org/10.35914/tomaega.v4i2.782>
- Faritzal, A., Widyatama, U., Ersa, A., Dari, W., Widyatama, U., Natasya, S., Widyatama, U., Maharani, N. A., & Widyatama, U. (2021). *The Influence of Online Customer Review, Brand Image and Digital Marketing on Purchasing Product Decisions Customers for Korean Cosmetics Product in Indonesia: Case of Innisfree*. 23(November), 5145–5150.

- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Gain, R., Christian, H., & Krismi, B. S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(2), 142–150.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21*. (Edisi 7). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harahap, A. T. M., Tandiyo, P., & Hedi, P. S. (2021). Hubungan Terpaan Iklan Youtube dan Terpaan Influencer Marketing di Instagram pada Kampanye #EminaBeautyBestie dengan Keputusan Pembelian Rangkaian Produk Emina Bright Stuff Series. 3, 1205–1206.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1), 133–146.
- Harjo, B. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Statistik untuk Pemula*. Yogyakarta: Nuta Media.
- Inas, S., & Rachmawati, I. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Maskara ( Studi Pada Pelanggan Maybelline Di Indonesia ) the Influence of Brand Image and Product Price Towards Mascara Purchase Decision ( a Study on Maybelline Customers in Indonesia ). 8(5), 5568–5579.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Jawa Timur: Unitomo Press. <http://repository.unitomo.ac.id/2773/>
- Islami, R. B., Wardhana, A., & Pradana, M. (2021). The Influence of Social Media Influencer and Product Quality on Purchase Decisions ( Case Study on Promotion of Hand & Body Lotion Scarlett Whitening in Instagram ). *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and*

*Operations Management*, 2019, 560–567.

- Jaya, I. G. N. M., & Sumertajaya, I. M. (2008). Pemodelan Persamaan Structural dengan Partial Least Square. *Semnas Matematika Dan Pendidikan Matematika 2008*, 118–132.
- Kádeková, Z., & Holienčinová, M. (2018). Influencer marketing as a modern phenomenon creating a new frontier of virtual opportunities. *Communication Today*, 9(2), 90–104.
- Kim, S. (Sam), Choe, J. Y. (Jacey), & Petrick, J. F. (2018). The effect of celebrity on brand awareness, perceived quality, brand image, brand loyalty, and destination attachment to a literary festival. *Journal of Destination Marketing and Management*, 9(March), 320–329.
- Kiswanto, K., Pudyarningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 25–39. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>
- Kotler & Armstrong. (2014). *Prinsip-Prinsip Manajemen* (14<sup>th</sup> ed). Jakarta Erlangga.
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Management Global Edition* (15<sup>th</sup> edition). Pearson Education.
- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran 3<sup>rd</sup> edition*. Terjemahan oleh Bob Sabran MM. Erlangga.
- Kurniawati, N. I. (2020). Analysis of the influence of word of mouth and brand image on the decision to purchase cosmetics make over products in Semarang. *Economics, Management and Sustainability*, 5(2), 138–148. <https://doi.org/10.14254/jems.2020.5-2.11>
- Lemeshow, S., W, David, Hosmer, J., Klar, J., & K, Stephen, L. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Terjemahan oleh drg. Dibyو Pramono, SU, MDSc. (dr. Hari Kusnanto, Dr.PH, Ed). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Lestari, O. D. P., & Handayani, T. (2016). *Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Black Shine*. 3(2), 105–114.
- Lucyantoro, B., & Rachmansyah, M. (2018). Penerapan Strategi Digital

**Rizki Putri Wulandari, 2022**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INFLUENCER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SOMETHINC DI JABODETABEK**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Marketing, Teori Antrian Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di MyBCA Ciputra World Surabaya). *Jurnal Ekonomika* '45, 5(1), 39–40.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>.
- Mowen, J. C. dan M. (2002). Perilaku Konsu-men. *Edisi Ke 5. Jilid 2. Jakarta: Airlangga, December*.
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>.
- Musay, F. P., Administrasi, F. I., Brawijaya, U., Perusahaan, C., & Pemakai, C. (2013). *Brand image purchase intention*.
- Nandasari, V. A., & Suyanto, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea melalui Beauty Vlogger. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 7752–7769.
- Nisa, R. R. (2019). Pengaruh Sosial Media Influencer Dan Trustworthiness Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Make Over ( Di Royal Plaza ). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 07(02), 479–482.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi dan Manajemen*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). *Influencer Marketing Terhadap Keputusan*. 18(1), 192–204.
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113.  
[http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=analisis komparatif pengukuran kinerja entitas yariah dengan balance scorecard dan masalah scorecard](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=analisis%20komparatif%20pengukuran%20kinerja%20entitas%20yariah%20dengan%20balance%20scorecard%20dan%20masalah%20scorecard).

**Rizki Putri Wulandari, 2022**

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INFLUENCER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SOMETHINC DI JABODETABEK**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)]

- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Pertama. (Trisna Fitriastuti Kiswanto, Ed). Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Ruhjatini, D. S., Bambang, I., & M. Dimiyati. (2014). Analisis Komparatif Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Merek Asli dan Tiruan 1Dienni. *STIE MANDALA Jember Jember*, 19.
- Ryan, D. (2014). *Understanding Digital Marketing 3rd Edition*. London: Kogan Page.
- Safika, E., & Raflah, W. J. (2021). The Influence of Brand Image, Brand Ambassador and Price on Purchasing Decisions for Scarlett Whitening Product in Riau. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis Seri Manajemen, Investasi Dan Kewirausahaan*, 1(1), 8. <https://doi.org/10.35314/inovbizmik.v1i1.1876>
- Salamah, N. H., Triwardhani, D., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Brand Awareness Pada E-Commerce Hijup. *KORELASI (Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 2, 249–269. <https://conference.upnvj.ac.id/index.php/korelasi/article/view/1189>.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh Digital Marketing, Word of Mouth, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(7), 2596.
- Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen* (2<sup>nd</sup> ed). Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Senft, T. M. (2013). *Microcelebrity and the Branded Self* (J. J. Hartley , J. Burgess, & dan A. Bruns, Ed). Blakwell Publishing.
- Setyani, T. P. H., & Gunadi, W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil All New Rio Kia Motors Indonesia (Pada PT. Radita Autoprima). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 92–102.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang*

Rizki Putri Wulandari, 2022

**PENGARUH DIGITAL MARKETING, INFLUENCER DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SOMETHINC DI JABODETABEK**

UPN Veteran Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, S1 Manajemen

[www.upnvj.ac.id](http://www.upnvj.ac.id)-[www.library.upnvj.ac.id](http://www.library.upnvj.ac.id)-[www.repository.upnvj.ac.id](http://www.repository.upnvj.ac.id)

*Manajemen*, 3(4).

- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran* (Ali Manshur, ed.). Malang: UB Press.
- Simarmata, H. M. P., Revida, E., Kato, I., Sari, H., Simatupang, S., Sudarso, A., Faisal, M., Tjiptadi, D. D., Sisca, Anggusti, M., & Muliatie, urilla E. (2021). *Manajemen Perilaku Konsumen dan Loyalitas - - Google Books*. In *Yayasan kita menulis*.
- Srihadi, R. H., & Pradana, A. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Body Mist the Body Shop Bandung the Influence of Brand Image on Purchasing Decisions in Body. *EProceedings of Management*, 8(4), 3406–3412.
- Sugiharto, S. A., & Ramadhana, M. R. (2018). Pengaruh Kredibilitas Influencer Terhadap Sikap Pada Merek. *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/10.34010/jipsi.v8i2.1333>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu, I. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Taan, H. (2017). Perilaku Konsumen dalam Berbelanja. In *Andi* (p. 338).
- Wati & Martha. (2020). *Digital Marketing* (Fransiska,). PT Literindo Berkah Karya.
- Widjarjono, A. (2010). *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Yuandari & Rahman. (2017). *Metodologi Penelitian dan Statistika*. Bogor: In Media.
- Yucha & Harianto. (2021). *Pengaruh Digital Marketing dan Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di E-Commerce Shopee pada Mahasiswa UMAHA*. 4(1), 40–44.