

DAFTAR PUSTAKA

Munthe, J. S. (2019). *Analisis Penggunaan Promosi Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen* (Doctoral dissertation).

Fajrin, A. I. (2021). *Pengaruh penggunaan endorsement terhadap loyalitas merek dengan pengalaman merek sebagai variabel moderasi pada konsumen produk kosmetik Wardah di Kota Malang* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Kurniawan, V. (2022). *Personal Branding Micro-influencer Mahasiswa Berprestasi@ abdurfatih Di Media Instagram*(Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau)

Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20 (2), 51–59.

KADIR, A. A. R. C. (2021). *PENGARUH INFLUENCER, GAYA HIDUP, CITRA MEREK, DAN ETNOSENTRISME TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MEREK LOKAL PADA GENERASI MILENIAL KOTA MAKASSAR= THE EFFECT OF INFLUENCER, LIFESTYLE, BRAND IMAGE, AND ETNOCENTRISM ON PURCHASE DECISIONS ON LOCAL BRAND PRODUCTS IN MILLENNIAL GENERATIONS OF MAKASSAR CITY* (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Ricko, R., & Junaidi, A. (2019). Analisis Strategi Konten Dalam Meraih Engagement pada Media Sosial Youtube (Studi Kasus Froyonion). *Prologia*, 3(1), 231-237.

Maulidia, F. A. (2020). Pelaksanaan Endorsment Melalui Influencer Yang Mempromosikan Kosmetik di Instagram Berdasarkan Undang-Undang Nomor 8 Tahun 1999. *Universitas Negeri Semarang*.

ASMARA, A. (2022). *PENGARUH INFLUENCER TERHADAP MINAT BELI PRODUK SCARLETT WHITENING DI KALANGAN MAHASISWA UIN SULTAN SYARIF KASIM RIAU*(Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).

Azlina, A., Lestari, M. T., & Ali, D. S. F. (2015). Pengaruh Aktivitas Pada Instagram Terhadap Sikap Mahasiswi Pengguna Instagram Di Bandung (studi Pada

Instagram Fashion Blogger Sonia Eryka Di Bandung). *eProceedings of Management*, 2(2).

Hertantiningih, T., Wibowo, S. K. A., & Fuady, I. (2022). ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM VIDEO ENDORSEMENT INFLUENCER ARIEF MUHAMMAD DAN TASYA FARASYA DI INSTAGRAM FEEDS. *Jurnal Common*, 6(1), 60-72.

Sihotang, J. (2021). *Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Siswa SMA Tunas Baru Jin Seung Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Ilmu Komunikasi).

Ali, A. Z., & Prasetio, A. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Yang Terintegrasi Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Deskriptif Toko Kopi Tuku Melalui Akun@ Tokokopituku). *eProceedings of Management*, 6(2).

Diem, D. A. R., & Yulianti, W. (2020). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus pada Akun Instagram@ Kaosdisablon di CV. Purwa Satya). *Jurnal Teknologika*, 10(2), 15-20.

Wahyuni, I. S. (2017). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM KEGIATAN PEMASARAN PRODUK CONSUMER GOODS (STUDI KASUS PADA PT EXPAND BERLIAN MULIA DI SEMARANG). *Competence: Journal of Management Studies*, 11(2).

Ardari, C. S. S. (2016). Pengaruh kepercayaan diri terhadap intensitas penggunaan media sosial pada remaja awal. *Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma*.

Fauzi, R. (2017). Perubahan Budaya Komunikasi Pada Pengguna WhatsApp Di Era Media Baru. *Jurnal Ilmu Komunikasi Efek*, 1(1), 265273.

Firdaus, N. (2021). Strategi Marketing PR TRON Dalam Meningkatkan Awareness Masyarakat Menuju Transportasi Angkutan Umum Online. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1-12.

Norhabiba, F., & Putri, S. A. R. (2018). Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 8.

Saputri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis Dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing Pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021. *eProceedings of Applied Science*, 7(4).

Pakpahan, A. V. B., & Djuwita, A. (2019). Penggunaan Circular Model Of Some Melalui Instagram@ Trademark_Bdg. *eProceedings of Management*, 6(2).

Pratiwi, N. I. (2017). Penggunaan Media Video Call dalam Teknologi Komunikasi. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 1(2), 202-224.

Pertiwi, H. K. S., & Aprianti, A. (2022). Strategi Pembuatan Konten Kreatif Instagram Yaumi Indonesia Sebagai Sarana Dakwah. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(7), 10028-10054.

Prasanti, D. (2018). Penggunaan media komunikasi bagi remaja perempuan dalam pencarian informasi kesehatan. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 15-22.

Nurdiansyah, F., & Rugoyah, H. S. (2021). STRATEGI BRANDING BANDUNG GIRI GAHANA GOLF SEBELUM DAN SAAT PANDEMI COVID-19. *JURNAL PURNAMA BERAZAM*, 2(2), 153-171.

Hidayati, N., & Khairulyadi, K. (2017). Upaya Institusi Sosial Dalam Menanggulangi Pengemis Anak Di Kota Banda Aceh (Studi Terhadap Institusi Formal Dinas Sosial Dan Tenaga Kerja Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(2), 737-763.

SUKMA, A. S. (2020). Pembentukan karakter berbasis keteladanan guru dan pembiasaan murid SIT Al Biruni Jipang Kota Makassar. *Education and Human Development Journal*, 5(1), 91-99.

Nurjanah, N. (2021). Analisis Kepuasan Konsumen dalam Meningkatkan Pelayanan Pada Usaha Laundry Bunda. *JURNAL MAHASISWA*, 1(1), 117-128.

Beno, J., Silen, A. P., & Yanti, M. (2022). DAMPAK PANDEMI COVID-19 PADA KEGIATAN EKSPOR IMPOR (STUDI PADA PT. PELABUHAN INDONESIA II (PESERO) CABANG TELUK BAYUR). *JURNAL SAINS DAN TEKNOLOGI MARITIM*, 21(2), 117-126.

Yusdita, E. E. (2017). Studi Interpretif Untuk Memahami Perilaku Keengganan Menggunakan E-Billing. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 85-92.

Marta, R. F., & Rieuwpassa, J. S. (2018). Identifikasi nilai kemajemukan Indonesia sebagai identitas bangsa dalam iklan Mixagrip versi keragaman budaya. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 37-50.

Alfansyur, A., & Mariyani, M. (2020). Seni mengelola data: Penerapan triangulasi teknik, sumber dan waktu pada penelitian pendidikan sosial. *Historis: Jurnal Kajian, Penelitian dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5 (2), 146-150. Doi.

INTERNET

Katadata.co.id. Jumlah Penduduk Indonesia di Pertengahan Tahun (2015-2022). Diakses pada 23 oktober 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/07/terus-meningkat-jumlah-penduduk-ri-tembus-275-77-juta-hingga-pertengahan-2022>

Datareportal.com. digital 2022 Indonesia. Diakses pada 23 oktober 2022, dari <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>

Partipost.com. Influencer Marketing sebagai Tren 2022. Diakses pada tanggal 23 oktober 2022, dari <https://partipost.com/id/2021/12/16/influencer-marketing-sebagai-tren-2022-no-1-yang-diminati-marketer/>

D1Lab.id. Langkah-Langkah Menggunakan Teknik Analisis Data Kualitatif. Diakses pada tanggal 31 oktober 2022, dari <https://www.dqlab.id/data-analisis-pahami-teknik-pengumpulan-data>