

DAFTAR PUSTAKA

- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Aisyah, Ali, & Sudarso. (2021). *Dasar-dasar periklanan*. Indonesia: Yayasan Kita Menulis.
- Furqoniah, & Aransyah. (2020). *Buku Ajar Pengantar Periklanan*. Boyolali: Lakeisha.
- Li, & Peng. (2021). Influencer marketing: Purchase Intention and its antecedents. *Marketing Intelligence & Planning* .
- Tingga, Geno, Rizkia, Irmal, & Febrina. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Kusuma, Sudirman, & Purnomo. (2020). *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bearden, Netemeyer, & Haws. (2011). *Handbook of Marketing Scales*. California: SAGE Publications.
- Damiati, Masdarini, & Suriani. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok: PT Raja Grafindo Persada.
- Huriyyati. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen* . Bandung: Alfabeta.
- Samiun, & Widiasworo. (2019). *Metode Kualitatif dan Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF*. Bandung: Alfabeta.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan SPSS. In B. Darma, *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS* (p. 7). Jakarta: GUEPEDIA.
- Sugiyono. (Cetakan ke 3, 2021). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Misbahuddin, & Hasan. (2022). Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua). In Misbahuddin, & Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik (Edisi Kedua)* (p. 258). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sholihin, & Ratmono. (2021). *Analisis SEM-PLS dengan WarpPLS 7.0 untuk Hubungan Nonlinier dalam Penelitian Sosial dan Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Yamin, S. (2021). SmartPLS 3, AMOS & STATA. In S. Yamin, *SmartPLS 3, AMOS & STATA* (pp. 6-8). Bekasi: Dewangga Energi Internasional Publishing.
- Santosa. (2018). *Metode penelitian kuantitatif*. Yogyakarta: ANDI.

- Elen. (2019). Pengaruh Teknologi, Organisasi, dan Lingkungan terhadap Kinerja UKM Ddi Indonesia denganAdopsi Media Social sebagai variabel mediasi. *Jurnal Manajemen*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS (9th ed)* . Semarang, Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, & Amstrong. (2013). *Marketing Management*. Chichago: Erlangga.
- Bahri, & Syaiful. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: ANDI.
- Nugroho, & Irena. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: ANDI.
- Musfar, T. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS)*. Yogyakarta: ANDI.
- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS) Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Jiang, N., Khong, K. W., & Gan, J. L. (2022). Impact of athlete performance and brand social value on product involvement: a mediation role of celebrity endorsement in social media. *Asian Pasific Journal of Business Administration* , 5.
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian* . Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Gio, P. U. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) dengan software SmartPLS*. Sidoarjo: Uwais Inspirasi Indonesia.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Sleman: Deepublish Publisher.
- Whitening, S. (2021). Retrieved from Scarlett by Felicia Angelista: scarlettwhitening.com
- Kemp, S. (2022, Februari 15). *Digital 2022: Indonesia*. Retrieved from Data Reportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Mahdi, I. (2022, Maret 2). *Pendapatan produk kecantikan di Indonesia diproyeksi terus naik*. Retrieved from DataIndonesia.id: <https://dataindonesia.id/ragam/detail/pendapatan-produk-kecantikan-di-indonesia-diproyeksi-terus-naik>