

DAFTAR PUSTAKA

- Apriandi, N. D., Soleh, A., & Irwanto, T. (2023). The Effect Of Application Of Aida (Attention, Interest, Desire And Action) On Telkomsel Card Purchase Decisions In Bengkulu City. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Bisnis Digital*, 2(2), 189–202. <https://doi.org/10.37676/jambd.v2i2.4379>
- Theodora, D. (2021). Analisis Elemen AIDA Pada Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Perpustakaan di Dinas Arsip dan Perpustakaan Kabupaten Bandung. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 12(1), 37–47. <https://doi.org/10.20473/pjil.v12i1.25152>
- Barta, S., Belanche, D., Fernandez, A., & Flavian, M. (2023). Influencer marketing on TikTok: The effectiveness of humor and followers' hedonic experience. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 70.
- Cantika, N., & Riyanto, S. (2022). Efektivitas Instagram sebagai Media Informasi dalam Promosi Wisata Panorama Pabangbon Leuwiliang Bogor, Jawa Barat. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 6(2).
- Firdaus, A. M., & Hadiyanto. (2021). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Kopi di Rumah Kopi Sunda Hejo. *Jurnal Sains dan Pengembangan Masyarakat*, 5(6).
- Joshi, Y., Lim, W. M., Jagani, K., & Kumar, S. (2023). Social media influencer marketing: foundations, trends, and ways forward. *Electronic Commerce Research*.
- Leung, F. F., Gu, F. F., Zhang, Y. L. J., & Palmatier, R. W. (2022). Influencer Marketing Effectiveness. *Journal of Marketing*, 86(6).
- Prautami, I. (2022). Efektivitas Promosi melalui Media Sosial Instagram dan Facebook @Abouttng pada UMKM di Kota Tangerang. *Jurnal Konsep Bisnis dan Manajemen*, 8(2).
- Salsabila, A. L., Sudaryanto, E., Rizqi, M., & Romadhan, M. I. (2022). Pengaruh Efektivitas Pesan CSR melalui Instagram terhadap Pembentukan Citra l i a s. Associates Branding dan Design Agency. *Jurnal PIKMA: Publikasi Media dan Cinema*, 5(1).

Syed, A. A., & Zaidi, H. (2023). Effectiveness of Social Media Influencers in Brand Purchase Intention. *International Management Review*, 19.

Varliana, V., Yani, N. L. M., Candra, G. A. K., & Dewi, O. M. (2023). Analisis Pemanfaatan Media Sosial dan Mega Influencer Terhadap Pemilihan Brand