

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, K., & Nurlinda, R. A. (2022). Pengaruh influencer marketing dan online customer review terhadap purchase intention melalui perceived value produk serum Somethinc. *SIBATIK Journal*, 1(11)
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2025). Survei profil internet Indonesia 2025. <https://apji.or.id>
- Assauri, S. (2018). Manajemen pemasaran: Dasar, konsep, dan strategi (Cetakan ke-14). PT RajaGrafindo Persada.
- Backaler, J. (2018). Digital influence: Unleash the power of influencer marketing to accelerate your global business. Palgrave Macmillan.
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bengkalis. (2022). Jumlah penduduk menurut kelompok umur dan jenis kelamin di Kabupaten Bengkalis tahun 2022.
- Compas.co.id. (2025). 10 brand serum wajah terlaris di Shopee Indonesia 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-serum-wajah-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-400Ut>
- Fikri, M. H., & Sahdandi, S. (2021). Pengaruh strategi pemasaran online terhadap minat beli konsumen pada produk sepatu. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(1)
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- GoodStats Data. (2025). 10 brand skincare terlaris di Shopee Indonesia 2025, mana favoritmu? <https://data.goodstats.id/statistic/10-brand-skincare-terlaris-di-shopee-indonesia-2025-mana-favoritmu-9jroA>
- Hidayan, N., & Ulfa, D. M. (2022). Minat beli konsumen dilihat dari perspektif kelengkapan barang dan tata ruang. *Al-Idarah: Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam*, 3(2)
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). Principles of marketing (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). Marketing management (15th ed.). Pearson.
- Nadira, F. (2025, 18 Juli). 76% warga RI beli produk karena influencer, paling tinggi di ASEAN. CNBC Indonesia.

<https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20250718111838-33-650190/76-warga-ri-beli-produk-karena-influencer-paling-tinggi-di-asean>

- Rayhan, A.P.Z., Helmi, T.A. & Julkarnain., 2024. *Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Somethinc di Kota Medan. JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 9(1), pp.21–28.
- Seruni, N. N. A., Suryaniadi, S. M., & Dewi, N. I. K. (2024). Pengaruh influencer marketing terhadap minat beli produk kecantikan Azarine pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 8(3)
- Setia Pratama, A., Ilham, R., Sutomo, S., Hermawan, A., & Wisnu Wardhana, L. (2024). The effects of social media content, influencer marketing and customer reviews on purchasing decisions. *International Journal of Science, Technology & Management*, 5(2)
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Utami, D., Fitriany. & Reynilda., 2026. *Kredibilitas Influencer, Kualitas Konten TikTok, dan Brand Image sebagai Determinan Minat Beli UMKM Kuliner di Makassar. Economic Resources*, 9, pp.59–71.
- Wardhana, A. (2024a). *Influencer marketing dalam pemasaran media sosial*. (Edisi Indonesia). Eureka Media Aksara.
- Yuanti, P., & Fasa, M. I. (2024). Peran pemasaran digital dalam integrasi influencer di bank syariah mempengaruhi strategi promosi yang inovatif. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5)