

DAFTAR PUSTAKA

Afandi, A. *Et Al.* (2021) ‘Pengaruh Endorsement *Influencer* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Generasi Z’, *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), P. 15. Doi:10.30829/Komunikologi.V5i1.9272.

Amalia, A.C. And 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), Pp. 51–59. Doi:10.33319/Sos.V20i2.42.

AZhari, s. And fernando (2022) ‘promedia, (public relation dan media komunikasi)’.

Cahyani, W. And Raya Sulistyowati (2021) ‘Pengaruh *Sales Promotion* Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Melalui Aplikasi Tix Id (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tix Id Di Surabaya) Wiwik Cahyani Raya Sulistyowati’, *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (Jptn)*, 9(1), Pp. 1055–1061.

Citra amalia, a. And sagita putri, g. (2019) ‘sosial : jurnal penelitian ilmu-ilmu sosial; analisa pengaruh influencer social media terhadap keputusan pembelian konsumen generasi Z di kota surabaya’. Available at: <http://sosial.unmermadiun.ac.id/index.php/sosial>.

Dan iptek, b. *Et al.* (2022) ‘Zanesty, analisis pengaruh influencer social media analisis pengaruh influencer social media terhadap keputusan masyarakat indonesia dalam pembelian cryptocurrency’. Doi:10.55208/bistek.

Dinta pramana, r. (2022) *nomor 1 jurusan manajemen fakultas ekonomika dan bisnis universitas negeri surabaya 2022, jurnal ilmu manajemen*.

Dipayanti, k. (2018) *pengaruh promosi penjualan dan personal selling terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Giant extra pamulang*.

Haryani, d.s. (2019) ‘the influence of advertising and sales promotion towards housing purchasing decisions on griya puspandari asri tanjungpinang’, *dimensi*, 8(1).

Haudi *et al.* (2022) ‘the effects of social media marketing, store environment, sales promotion and perceived value on consumer purchase decisions in small market’, *international journal of data and network science*, 6(1), pp. 67–72. Doi:10.5267/j.ijdns.2021.10.003.

Hikmat maulana, l. And tjahja andari, t. (2022) *the effect of difference and sales promotion on purchase decisions with digital fund wallet for fund application users in bogor city*. Available at: <https://ojs.unida.ac.id/jvs>,

Indra pratiwi, m. And dwijayati patrikha, f. (2021) ‘pengaruh gaya hidup, harga dan influencer terhadap keputusan pembelian di rumah makan se’i sapiku surabaya’, *jurnal pendidikan tata niaga (jptn)*, 9.

Leni anggriani, n. *Et al.* (2020) *pengaruh promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk handuk pada pt tatapusaka sentosa textile mills bandung.*

Mustaqimah, n. *Et al.* (2022) ‘peran digital influencer dalam memberikan edukasi pemilihan produk kecantikan pada akun instagram @dr.richard_lee universitas abdurrahman 1&2’, *journal of communication and society* juni, 2022

Nasih, m. *Et al.* (2020) ‘influencer dan strategi penjualan: studi netnografi pada pengguna jasa selebgram sebagai media promosi’.

Natalia, p. And mulyana, d.m. (2014) *pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian.*

Pham, m. *Et al.* (2021) ‘the effects of online social influencers on purchasing behavior of generation Z: an empirical study in vietnam’, *journal of asian finance, economics and business*, 8(11), pp. 179–0190. Doi:10.13106/jafeb.2021.vol8.no11.0179.

PrameZwary, a. *Et al.* (2021) ‘brand trust dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian produk di masa covid-19’, *jurnal ekonomi & manajemen universitas bina sarana informatika*, 19(1). Doi:10.31294/jp.v17i2.

Pratiwi, c.s. *Et al.* (2022) *pengaruh kualitas produk, harga dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian scarlett body whitening, jurnal ekonomi.*

Prawira samudra, j. *Et al.* (2021) *pengaruh endorsement influencer instagram terhadap keputusan pembelian pada generasi Z, komunikologi: jurnal pengembangan ilmu komunikasi dan sosial.*

Raihan, a., jati, s. And artadita, s. (2022) ‘pengaruh endorsement influencer instagram terhadap keputusan pembelian produk melalui minat beli sebagai variabel intervening’, *jurnal mirai manajemen*, 7(1), pp. 231–241. Doi:10.37531/mirai.v7i1.1925.

The influence of sales promotion on decisions to purchase indihome products in 2020 (case study: telkom cijawura) (2020).

Wahyudi, r. (2022) ‘pengaruh iklan dan influencer terhadap keputusan pembelian item virtual padagames online mobile legends’, *sibatik journal: jurnal ilmiah bidang sosial, ekonomi, budaya, teknologi, dan pendidikan*, 1(5), pp. 563–578. Doi:10.54443/sibatik.v1i5.64.

Yan, r.g.p.s., repi, a. And lumanauw, b. (2018) ‘pembelian kendaraan bermotor di pt tridjaya mulia sukses manado effect of sales promotion and location on decision process of motor vehicle purchase in pt tridjaya mulia sukses manado’, *pengaruh promosi penjualan... 101 jurnal emba*, 6(1), pp. 101–110.

Yoga Prasetya, A. *et al.* (2021) ‘Analisa Startegi Pengaruh Influencer Marketing Di Social Media, Online Advertising Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko On Line Zalora)’, *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2).