Daftar Pustaka

Alfinaldi, A., &Astuti, B. (2023). Pengaruh Fashion Influencer terhadap Sikap Merek dan Niat Beli Konsumen. *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan*, *7*(2), 515–523. https://doi.org/10.29408/jpek.v7i2.20935

Edelman, R. (2018). *Memo to Brands: Please Fix Social Media*. Brands and Social Media.

Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal EKSEKUTIF*, *15*(1), 133–146.

Khairunnisa, I., & Heriyadi. (2023). Generasi Z, Pemasaran Sosial Media, dan Perilaku Pembelian Impulsifnya pada Produk. *MBIC*, *6*, 17–29.

Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, *18*(1), 33–38.

Nababan, D. F., & Siregar, O. M. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Generasi Milenial Dalam Memutuskan Pembelian Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Kota Medan. *Josr: Journal of Social Research*, *1*(6), 545–555.

Prasetio, M. S., Alkausar, D. B., & Hardjanti, A. (2023). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli. *Journal on Education*, *05*(03), 7903–7912.

Priporas, C., Stylos, N., & Fotiadis, A. K. (2017). Computers in Human Behavior Generation Z consumers ' expectations of interactions in smart retailing : A future agenda. *Computers in Human Behavior*, *77*, 374–381. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058

Putra, E. Y., & Tan, K. (2022). Roles Of Influencer On Consumer Purchase Intention Towards Fashion Products In Batam. *CoMBInES*, *2*(1), 38–45.

Santosa, P. I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya Menggunakan Smart PLS.*Andi.

Sono, M. G., Ilhamiwati, M., Januarty, W., &Utami, E. Y. (2024). Analisis Pengaruh Kredibilitas Influencer , Relevansi Konten , dan Tingkat Keterlibatan Sosial terhadap Perilaku Konsumen Generasi Z dalam Kampanye Influencer Marketing : Studi Kasus pada Industri Fashion di Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, *02*(1), 11–23.