

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hafizi & Ali. (2021). *Mendefinisikan Keputusan pembelian*.
- Ali et al. (2021). *Dimensi Influencer Marketing*.
- Arti sukma. (2021). *karena memandakan bahwa influencer marketing memiliki pengaruh terhadap turun naiknya keputusan pembelian dalam artian jika produk tersebut dapat meningkatkan strategi nelalui influencer marketing maka keputusan pembelian pun akan mengalami peningkatan de*.
- Barao et.al. (2022). *pengertian content marketing*.
- Edi Masjudi. (2023). *Content marketing memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian*.
- (Fadhilah. (2021). *Pengaruh content marketing dan e-wom pada media sosial tiktok terhadap pembelian generasi Z*.
- Gayoe Angger Arhofa. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Apparel*.
- Griffith. (2019). *Testimoni adalah cara yang digunakan pemasar untuk membangun kepercayaan pelanggan. Testimoni, 153*.
- Haerunnisa et al, 2019. (2019). *indikator influencer marketing*.
- Haikal Pratama. (2024). *Testimoni berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian*.
- (Hair et al, 2019. (n.d.). *sample. 2019*.
- Iriani Ida Nur et al. (2022). *Membuat konten dan menambahkan informasi tentang produk yang dijual adalah cara lain untuk menemukan pelanggan*.
- Isra Ul Huda. (2024a). *dimensi content marketing*.
- Isra Ul Huda. (2024b). *Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial*.
- Isra Ul Huda Huda. (2024). *content marketing tidak signifikan terhadap Keputusan*

pembelian.

Kim dan Kim. (2021). *Mengemukakan influencer marketing efektif untuk meningkatkan niat beli karena konsumen menganggap opini yang diberikan oleh influencer bersifat autentik, sehingga tingkat kepercayaan konsumen juga lebih tinggi.*

Kotler & Kevin. (2021). *faktor yang mendorong pelanggan.*

Kristiawan & Keni. (2020). *keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut behavior dimana ia merujuk kepada tindakan fisik yang nyata dapat dilihat dan diukur oleh orang lain. Keputusan Pembelian.*

Laily Muzdalifah. (2020). *Pengaruh testimoni dan daya Tarik pembelian(studi pada Isinta muslim wedding.*

Lestari & Widjanarko. (2023). *Menyatakan Keputusan pembelian merupakan suatu yang diambil konsumen yang dipengaruhi faktor ekonomi keuangan, politik, teknologi, harga, budaya, produk serta proses.*

Li & Peng. (2021). *Influencer marketing menurut para ahli.*

Monle Lee & Carla Jhonson. (2020). *indikator testimoni.*

Nasta'in et al. (2023). *Taktik yang disebut pemasaran konten dimaksudkan untuk menarik pemirsa baru yang ingin mengetahui lebih banyak tentang yang telah beroperasi.*

Ni Nyoman Alit Sriantini. (2022). *pengertian testimoni.*

No et al. (2023). *BPOM mencatat jumlah kecantikan.*

Pratiwi et al. (2023). *Influencer Marketing sebagai startegi pemasaran.*

Rina Ayu Vildayanti. (2022). *dimensi testimoni.*

Rini Handayani. (2024). *Dimensi keputusan pembelian.*

Rukhmana. (2021). *definisi data primer.*

Saima and Khan. (2020). *Menurut para ahli influencer marketing.*

- Salsa Agnia. (2023). *Pengertian influencer marketing*.
- Sarah Vivian. (2020). *Indikator Keputusan Pembelian*.
- Sarinah & Vamela Taviya. (n.d.). Ilmu manajemen adalah disiplin yang mempelajari cara-cara untuk merencanakan, mengorganisir, memimpin, dan mengendalikan sumber daya dalam suatu organisasi untuk mencapai tujuan yang efektif dan efisien. *Grand Theory*.
- Schiffman & Wisenblit. (2019). *Keputusan pembelian*.
- Shiratina et al. (2020). *Pengertian Keputusan Pembelian*.
- Sonie Mahendra. (2022a). *pengaruh influencer marketing terhadap keputusan pembelian*.
- Sonie Mahendra. (2022b). *Pengaruh Online Customer Review, Rating, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Casual Pada Marketplace*.
- Sudha dan Sheena (dalam (Agustin & Amron,). (2022). *influencer marketing*.
- Sugiyono. (2020). *Definisi penelitian*.
- Wendy. (2021). *jenis dan sumber data*.
- Yazgan Pektas dan Hassan. (2020). *Indikator Content marketing*.