

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, W., & Purnama Sari, W. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Tiktok terhadap Brand Image Bittersweet by Najla (Vol. 5, Issue 2).
- Amelia Ibnu Wasiat, F., & Bertuah, E. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Social Media Influencer Terhadap Niat Beli Produk Fashion Pada Generasi Milenial Melalui Customer Online Review di Instagram. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(3), 513–532.  
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i3.295>
- Gilang, M., Azka, M., Setyawati, S. M., & Novandari, W. (n.d.). International Sustainable Competitiveness Advantage 2023 The Effect of Online Influencer Marketing on Suggestion Impulsive Buying with Trust as a Mediating Variable.
- Nisa, K., Ah, Q. ', & Wijayani, N. (2024). Peran Influencer Media Social Dalam Impulsive Buying dan Konsumsi Generasi Z : Studi Kasus Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2(1). <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i1.2297>
- Pengaruh Akun Instagram Tasya Farasya Terhadap Impulsive Buying Konsumen Kota Bontang Alinda Diah Syafika 1) ; Hairunissa 2). (n.d.).
- Qurrota Aynie, R., Hurriyati, R., Dewi Dirgantari, P., & Pascasarjana, S. (2021). Strategi pemasaran electronic word of mouth pada e-commerce dalam menghadapi era digital 4.0 di indonesia. 1, 136–143.  
<http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/INOVASI>
- Sari, A. I., Prabawati, M., Esty, D., & Arrsy, N. (2023). *JURNAL TEKNOLOGI BUSANA DAN BOGA* The Influence of Instagram Influencers on Impulsive Buying Fashion Products (Vol. 11, Issue 1).  
<https://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/teknobuga/index>
- Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). Pengaruh Influencer terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita pada Instagram (Vol. 5, Issue 1).