

DAFTAR PUSTAKA

- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik, Sumber Dan Waktu Pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Jurnal Kajian, Penelitian Dan Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 5(2), 146–150. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/historis>
- Alwasilah, A. (2022). *Pokoknya Studi Kasus : Pendekatan Kualitatif*. Annur, C. (2022). *Ada 204, juta pengguna internet di indonesia awal 2022*. Databoks.Katadata.Co.Id.
- Atila, A. (2022). *Lakukan Strategi Penjualan untuk Tingkatkan Laba Usahamu*. Jojonomic.
- Ayuningtyas, F. N. (2022). Strategi Promosi Endorsement oleh Digital Influencer dalam Etika Bisnis Islam. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(3), 160–173. <https://doi.org/10.26740/jekobi.v4n3.p160-173>
- Chatzopoulou, E.,& Navazhylava, K. (2022). Ethnic brand identity work: Responding to authenticity tensions through celebrity endorsement in brand digital self-presentation. *Journal of Business Research*, 142, 974–987.
- Ebelliana, M., & Mustikarini, C. N. (2017). Perancangan Promosi Endorsement Berbayar Pada Perusahaan Pietisiere. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 54–61. mebelliana@student.ciputra.ac.id & Acmuskarini@ciputra.ac.id Ekonomi, F., & Sumbawa, U. T. (2021). *Jebi 1,2. 06(02)*, 1–10.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fenny, F., & Loisa, R. (2021). Pengaruh Endorsement oleh Beauty Vlogger terhadap Minat Beli Kosmetik. *Prologia*, 5(1), 94. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8141>
- Ferdiani, K. (2019). *6 Tips Meminta Endorsement Selebgram yang Tepat dan*

Efektif untuk Produk Anda. Modalrakyat.

Firmansyah, S. A. (2021). Mahasiswa Prodi Manajemen. *Interview, 2017*, 97–104.

Handayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi KaHandayani, S. (2018). Perancangan Sistem Informasi Penjualan Berbasis E-Commerce Studi Kasus Toko Kun Jakarta. *ILKOM Jurnal Ilmiah, 10(2)*, 182–189. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v10i2.310>.
ILKOM Jurnal Ilmiah, 10(2), 182–189.

Idris, M. (2021). *Apa itu Endorse dalam Strategi Pemasaran*. Kompas.Com.

Idris, M. (2022). *Digital Marketing : Definisi, Jenis, Kelebihan, dan Contohnya*. Kompas.Com.

Info, E. (2020). *Macam-Macam Sumber dan Teknik Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif*. Edukasiinfo.

Khairani, A., Andini, Y. B., Fedia, V., Putri, N. O., Norfaizah, & Putra, R. B. (2022). Penerapan Digital Marketing dan Influencer Endorsement Saat Pandemi Covid-19 Pada Agen Frozen Food (Studi Kasus UMKM Wins Food Kebab Padang). *The Academy Of Management and Business, 1(1)*, 378–384.

Li, Y., Liu, B. (2022). Celebrity endorsement in international destination marketing : Evidence from eye-tracking techniques and laboratory experiments. *Journal of Business Research, 150*, 553–566. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296322005823>

Luo, M., Hancock, JT., & Markowitz, D. (2020). Credibility Perceptions and Detection Accuracy of Fake News Headlines on Social Media: Effects of Truth-Bias and Endorsement Cues. *Sage Journal*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0093650220921321>

Mardiyanti, E. P. (2021). Peran Strategi Endorsement Dalam Meningkatkan

- Jumlah Konsumen Millennial pada Online Shop Maezula. *Digital Library UIN KHAS Jember*, 112. <http://digilib.uinkhas.ac.id/2480/>
- Melati, S. (2021). *Penjualan: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Manfaatnya*. Linov HR.
- Mulyadi, T. (2022). *Sumber Data adalah sebagai berikut*. Budisma. <https://budisma.net/umum/sumber-data-adalah-sebagai-berikut.html>
- Mustofa, R. H., & Riyanti, H. (n.d.). *Perkembangan E-Learning Sebagai ...* (Rochman Hadi Mustofa, Henni Riyanti). 379–391.
- Novianingtyastuti, I. (2016). *STRATEGI PEMASARAN KEPADA KONSUMEN PEREMPUAN*. Jtanzilco. <https://www.jtanzilco.com/blog/detail/485/slug/strategi-pemasaran-kepada-konsumen-perempuan>
- Nurjannah, S. (2020). *Strategi promosi akun instagram@ Surabaya_Foodies pada peningkatan penjualan kuliner*. [http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43518%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/43518/1/Siti Nurjannah G73216052 pdf.pdf](http://digilib.uinsby.ac.id/id/eprint/43518%0Ahttp://digilib.uinsby.ac.id/43518/1/Siti%20Nurjannah%20G73216052.pdf.pdf)
- Prawiro, M. (2018). *Pengertian Wawancara Secara Umum, Tujuan , Jenis, dan Ciri-Ciri Pewawancara*. Maxmanroe.Com.
- Prawiro, M. (2019). *Pengertian Observasi : Arti, Tujuan, Ciri-Ciri, dan Manfaat Observasi*. Maxmanroe.Com.
- Prawiro, M. (2020). *Pengertian Dokumentasi : Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Contoh Dokumentasi*. Maxmanroe.Com.
- Putra, P. (2022). *Pengertian Data : Fungsi, Sumber, Jenis & Contohnya*. Salamadian.
- Qiscus. (2021). *8 Macam Media Promosi untuk Meningkatkan Penjualan*. Omnichannel Conversational Platform.
- Ramadhan, A., Naswandi, C. N., & Herman, C. M. (2020). *Fenomena Endorsement Di Instagram Story Pada Kalangan Selebgram*. *Kareba*

Jurnal Ilmu Komunikasi, 9(2), 316–329.

Salma, S. (2021). *Teknik Analisis Data: Pengertian, Macam, dan Langkah-Langkahnya*. Deepublish.

Sari, D. E. (2018). Pendidikan Literasi Keuangan melalui Program Kemitraan dengan Bank untuk Mengurangi Perilaku Konsumtif pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 28(1), 22–30.

Sendari, A. (2021). *Objek Penelitian adalah Gagasan Utama, Kenali Bedanya dengan Subjek*. Liputan6.

Suranto, Sari, D. E., & Narimo, S. (2022). Optimalisasi Penggunaan digital marketing melalui sosial media dan E-commerce pada industri kecil menengah di desa Kingkang, kabupaten Klaten. *J-Abdipamas (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 6(1), 123–136.

Titik Ulfatun, U. (2016). Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014. *Pelita*, XI(2), 1–13.

Wardhana, A., Kharisma, B., & Lisdiyanti, T. (2020). Teknologi Informasi Komunikasi Dan Pertumbuhan Ekonomi Wilayah Barat Dan Timur Indonesia Periode 2014-2018. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 1103. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i11.p05>

Wijayati, H. (2021). *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*
PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT DAN IKLAN FACEBOOK.
8(8), 2652–2663.

Yogi, K. (2022). *57.000 UMKM dan Koperasi di Wonogiri akan di data*.
Suaramerdeka Solo.