

DAFTAR PUSTAKA

- Ananta, H., Mahendra, I., Anggraeni, K., Putri, S., Ekonomi, F., Islam, U., Maulana, N., Malang, M. I., & Jl,). (2022). Peran Endorser Selebriti, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Erigo (Studi Pada Mahasiswa di Kota Malang). In *Journal of Business and Applied Management* (Vol. 15, Issue 1). <http://journal.ubm.ac.id/>
- Balanay, M., Maderazo, L. A., Rivero, C. C., Chester, B., Zara Balanay, B., & - Adviser, M. Q. (2024). Food Vloggers Credibility As Social Media Influencers On Consumer Food Selection. *Jurnal Batangas State University*. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.14932.82566>
- Bambang Budhijana, R. (2023). The Factors Influence On The Intention To Buy Halal Food Products In Indonesia. *Journal of Namibian Studies*, 35.
- Darmawati, A., & Rimadiaz, S. (2021). *Pengaruh Menaruh Sebuah Iklan Makanan di Instagram Seorang Selebritis terhadap Gairah Kesenangan dan Niat Beli Konsumen*.
- Eribka, O., David, R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. In *Acta Diurna: Vol. VI* (Issue 1).
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). In *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* (Vol. 1, Issue 2). Halaman. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/djom>
- Hanadhyas, A., & Wulandari, N. (2022). Implementation of Marketing Strategy: A Case Study of an Online Upcycling Fashion Brand in Indonesia. *Binus Business Review*, 13(1), 67–79. <https://doi.org/10.21512/bbr.v13i1.7534>
- Muna, N., Pratiwi, M. R., & Yusriana, A. (2021). Celebrity Endorsement

dan Citra Produk Halal Dalam Membangun Loyalitas Merek: Studi Pada Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 285–300. <https://doi.org/10.22441/mix.2021.v11i2.010>

- Purna Wijaya, J., Yemima Ongkosuwito, N., Jokom, R., Manajemen Perhotelan, P., Studi Manajemen, P., & Bisnis dan Ekonomi, F. (2021). Pengaruh Interaksi Virtual dan Ekuitas Merek Nex Carlos Terhadap Minat Beli Pengikut di Instagram. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 7(1), 32–41. <https://doi.org/10.9744/jmhot.7.1.32-41>
- Putri Matahelumual, N., Kawet, R., & Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen, F. (2019). The Effect Of Organizational Culture and Organizational Commitment On Employee Work Productivity At The Bureau Of Organization Of The Regional Secretariat Of North Sulawesi Province. *641 Jurnal EMBA*, 7(1), 641–650.
- Rahmi, N. (2023). Jurnal Mirai Management Peran Food Vlogger, Content Kreator Di Sosial Media dan Youtube Dalam Keputusan Berwirausaha Kuliner. *Jurnal MiraiManagement*, 8(2), 246–253.
- Rimadias, S., Werdiningsih, Y., Farhan, A., & Manajemen, B. (2022). *Social Media Marketing On Instagram: Peran Beauty Influencer Dalam Pemasaran Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram* (Vol. 88).
- Sokia Kiagun, E., & Wideasanty, G. (2023). Pengaruh Konten Food Vlogger Channel Youtube Farida Nurhan Terhadap Minat Berwisata Kuliner. *Jurnal Ekonomi Kreatif Dan Manajemen Bisnis Digital*, 2(2), 138–159. <https://transpublika.co.id/ojs/index.php/JEKOMBITAL>
- Tria Rahayu, I., Fadhilah, J., Santya, M., & Tasya Jadidah, I. (2023). Analisis Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja. *JIP*, 1, 1086–1092.
- Wika, R., Devi, S., Suluh, & Ciptadi, G. (2023). Model Elaboration Likelihood dalam Pembentukan Personal Branding Nex Carlos di Channel Youtube. *Jurnal Publish*, 17(1), 1–123.