

## DAFTAR PUSTAKA

- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media Influencer Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2558>
- Aditya sasabila, Destika, Nur Safitri, S. K. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan citra merek terhadap minat beli pada konsumen mcdonald's lampung. 4(2), 59–68.
- Afrianti, N., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Bima, E., Ismunandar, I., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Bima, E., & Bima, K. (2023). Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aisy Drink Kota Bima. 1(4).
- Agung, I. G., & Sri, K. (2021). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana ( Unud ), Bali , Indonesia Jumlah penduduk Indonesia yang mencapai 250 juta jiwa adalah pasar yang besar . Pengguna handphone Indonesia juga bertumbuh dengan pesat . Lembaga riset digital marketing Emarketer. 8(3), 1374–1400.
- Amalia, W. N. (2022). Pengaruh Potongan Harga, Kualitas Pelayanan Dan Wom (*Word Of Mouth*) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Richeese Factory Purwokerto. 9, 356–363.
- Apriyanti, A. G., & Busyra, N. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Waroeng Pak Muh Cijantung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2), 1733–1746. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3271>
- Ariyani Dewi Safitri, & Ugy Soebiantoro. (2024). Pengaruh Content Marketing dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Makanan dan Minuman Pengikut Akun Instagram @Surabaya\_Foodies di Kota Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 6259–6271. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2748>

- Astuti, T. P., Manullang, R. R., & Novika. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Sego Bakar Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis (Jpmb)*, 10(2), 220.
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli Kfc Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Baginda, B. H., Nuary Singarimbun, R., & Hayana Hasibuan, E. (2022). Penggunaan Sosial Media Interaktif Di Masa Pandemi Guna Untuk Meningkatkan Kreatifitas Siswa SMK Halongonan Kelas X. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 1(3), 1–6. <https://doi.org/10.52622/mejuajuaabdinas.v1i3.26>
- Chinna, D. F. G., Soegoto, A. S., & Djemly, W. (2022). Analisis Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Wardah Kosmetik Di Kota Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 295. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.40909>
- Dermawan, A. (2022). *Pengaruh Fashion Lifestyle, Variasi Produk dan Product Quality Terhadap keputusan pembelian Thrift*. 1.
- Diaz Ummu Azizah, J. E. (2022). *Pengaruh Content Marketing Dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen @Souvenirmurah-Ta Di Masa Pandemi*. 1(1), 135–146.
- Efendi, B., Setiyawan, F., & Astuti, M. (2022). Pengaruh Country of Origin, Citra Merk, Perceived Quality Dan Product Knowledge Terhadap Minat Beli (Studi Pada Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Mataram Sakti Wonosobo). *Jurnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, 2(5), 84–94.
- Elita Tanujaya Julianto. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi*,

- Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29.  
<https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146>
- Faisal Sutibi, R. L. B. (2022). *Managament Insight*: Jurnal Ilmiah Manajemen Playstation merupakan perusahaan dari Sony Interactive Entertainment sebagai bagian divisi Sony yang dikenal oleh pengguna game di seluruh dunia . Perusahaan Playstation mampu menjual ratusan juta unit game kons. 17(2), 256–273.
- Febyola, E. D., Nugroho, N., Hutabarat, F. A. M., Anggraini, D., & Ciamas, E. S. (2022). Keputusan Pembelian Pada Produk Skincare Dabe Beautee Di Medan. *Seminar Nasional Ilmu Sosial Dan Teknologi (SANISTEK) SANISTEK 2022*, 59–62.
- Feny, W. R., & Sutedjo, B. (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Skincare MS Glow Beautyhome di Demak). *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 168–181.
- Gestari, R. D., & Mariah. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Pada JD.ID di Jakarta. *Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 8(1), 8.
- Goldberg, R., & Groenewald, L. (2022). the Influence of Reference Groups on the Buying Behaviour of Singletons. *Malaysian E Commerce Journal*, 6(2), 64–68. <https://doi.org/10.26480/mecj.02.2022.64.68>
- habibah, suci, & Berlian Purnama, D. (2022). Educational Guidance and Counseling Development Jounal Tingkat Adiksi Penggunaan Media Sosial Remaja: Studi Deskriptif. *Educational Guidance and Counseling Development Jounal*, 5(2), 106–113.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Model Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(3), 329–346.  
<https://doi.org/10.31933/jimt.v3i3.837>

- Hilary, D., & Wibowo, I. (2021). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 9(1). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v9i1.518>
- Hutapea, R., & Noprizal. (2023). the Influence of Celebrity Endorsers, Electronic Word of Mouth and Social Media on Purchasing Decisions for Ms Glow Products At Lazada. *Daya Saing: Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 9 No. 3 (2023).
- Intan Dewi Febriani, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cheese Chicken Palembang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 831–839.
- Izzaty Mindiasri, I., Priharsari, D., & Purmono, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042.
- Jones, N. B., Miles, P., & Beaulieu, T. (2021). The value of social media advertising strategies on tourist behavior: A game-changer for small rural businesses. *Journal of Small Business Strategy*, 31(4), 64–75. <https://doi.org/10.53703/001c.29478>
- Kamila, S. R., & Albari, A. (2023). Pengaruh Promosi melalui Media Sosial Instagram terhadap Peningkatan Penjualan di Raniapetshop. *ManBiz: Journal of Management and Business*, 3(1), 180–188. <https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i1.5109>
- Kotler, K. (2016). *Marketing Management*.
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- M. Anang Firmansyah. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Issue August).

- Malichah, S., & Wiwoho, G. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser, Electronic Word of Mouth (EWOM) dan Brand Image terhadap Purchase Decision dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi (JIMMBA)*, 3(6), 1139–1156. <https://doi.org/10.32639/jimmba.v3i6.963>
- Maria, Y. (2022). Accountia Journal. *Accountia Journal*, 6(2), 31.
- Marušić, F. (2021). Social media for small business owners: Overview of good practice. *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship, ECIE*, 551–555. <https://doi.org/10.34190/EIE.21.199>
- Muhamad Agung Irsyad, I. F. S. (2024). *Pengaruh fanatisme, kualitas produk, dan perilaku konsumtif terhadap keputusan pembelian jersey di graha persib bandung*. 2(1), 141–146.
- Murti Septiani, A. F. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Deterjen Attack*. 10(1), 159–168. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1281>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpioku.com/index.php/msej>
- Ongko, C. S., Nugroho, N., & Sutarno, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Sudimampir Galang. *Jurnal KAFEBIS*, 2(1), 36–43. <https://doi.org/10.51622/kafebis.v2i1.2290>
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Permata Sari, D. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

- Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.463>
- Philip Kotler, G. A. (2021). *Principles of Marketing (Eighteenth Edition)*.
- Puspita, N. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pakaian Bekas sebagai Variabel Intervening”: Studi Kasus Konsumen di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(1), 712–717. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i1.3841>
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286–302.
- Putri, N. R. N., & Handriana, T. (2024). Product-Influencer Fit terhadap Attitude Toward Influencer, Influencer Credibility, Attitude Toward Product dan Dampaknya pada Purchase Intention Produk Whitelab. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 6(2), 579–594. <https://doi.org/10.31539/jomb.v6i2.9386>
- Racellita, M. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Citra Merek Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Terhadap Operator Kartu Seluler Tri ( 3 ) Di Palembang*. 3(1), 78–91.
- Ratnasari, R., Hermawan, A., & Winarno, A. (2023). The Influence of Celebrity Endorser, Brand Image and Service Quality on Purchase Decision in Tokopedia with Consumer Trust as Intervening Variables. *Journal of Applied Business, Taxation and Economics Research*, 2(6), 619–637. <https://doi.org/10.54408/jabter.v2i6.199>
- Rina, Heikal, M., Maryudi, & Subhan, M. (2023). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce. *Jurnal Visioner & Strategis*, 12(2), 47–56.

- Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S. (n.d.). *T e o r i*.
- Saja, M. Q. A., & Fauzihardani, E. (2024). Pengaruh Overconfidence Bias dan Herding Bias terhadap Pengambilan Keputusan Gen Z di Kota Padang dalam Berinvestasi di Pasar Saham Indonesia. *Jurnal Eksplorasi Akuntansi*, 6(3), 873–884. <https://doi.org/10.24036/jea.v6i3.1557>
- Sari, A. A., Udayana, I. B. N., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Celebrity Endorsement Terhadap Purchase Intention dengan Brand Attitude sebagai Mediator pada Local Brand Cosmetics. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 805. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i2.919>
- Sartika, D. (2021). Determinan purchase intention dan implikasinya terhadap purchase decision sepatu non original (KW) pada mahasiswa perguruan tinggi di Kota Samarinda. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 573–587. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.206>
- Setiawati, D. N., Sirait, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., Bangsa, H., & Barat, J. (2024). *Influence Of Social Media Marketing Instagram And Brand Awareness On Purchase Decisions Of Pt . Mepro ' S Products Corresponding Author : Devi Natali Setiawati*. 3(7), 860–874. <https://doi.org/10.58344/Jws.V3i7.690>
- Shodikin, K. A. H. A. H., Nugroho, A. A. D., & Rahmawati, P. (2024). Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen. Analisis Pengaruh Servant Leadership Dan Employee Empowerment Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada PT. PLN (Persero) UIP3B Sumatera UPT Medan), 8(2), 42–50. Regresi, korelasi, visual basic%0APendahuluan
- Shofiyah Khairunnisa. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen*

- Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126.  
<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Sombolinggi, J., Mamuaya, N., & Legi, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan TOP Coffee Toraja pada masyarakat Kota Manado. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 78–90.  
<https://doi.org/10.53682/mk.v2i1.963>
- Tria, E. D., & Syah, T. A. (2021). *Pelanggan Rita Pasaraya Cilacap*. 1(2).  
<https://doi.org/10.53866/Jimi.V1i2.8>
- Veronika, V., & Nainggolan, N. P. (2022). Pengaruh Promosi, Atribut Produk, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Eqien - Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(04).  
<https://doi.org/10.34308/eqien.v11i04.1272>
- Virena, A. R., & Renwarin, J. M. J. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli dengan Kualitas Pelayanan sebagai Moderator. *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi Dan Bisnis Kalbis*, 8(3), 2744–2760.
- Wardhana, A. (2024). *Perilaku Konsumen di Era Digital* (Vol. 16, Issue 1).
- Welsa, H., Dwi Cahyani, P., & Meidyansyah, F. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(3), 1026–1036.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i3.1471>
- Zakaria, M. A., Purwanto, H., & Apriyanti. (2023). Pengaruh Media Sosial Marketing Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli (Studi Empiris Pada Prabu Motor Ponorogo). September.