

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Alifa, R. N., Saputri, M. E., Bisnis, P. A., Komunikasi, F., & Telkom, U. (2022). *ProBank : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan* ISSN : 2579-5597 ( online ) ISSN : 2252-7885 ( cetak ) *Impact Of Influencer Marketing And Omni-Channel Strategies On Consumer Purchase Intention On Sociolla Pengaruh Influencer Marketing Dan Strategi Omni-Channel Ter.* 7(1), 64–74.
- Anninsa, S. N. (2021). Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Clothing Brand Brienna). *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya*.
- Anwar, S., & Mujito, M. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Motor Merek Yamaha Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(1), 189–202. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.558>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-

- commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal* (BMAJ), 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Firanazulah, F., Vinny, D. R. S., Anggi, N. J. S., & Ajatt, S. (2021). Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 18(1), 1–9.
- Hamidah, N. S., & Hakim, R. J. (2023). Peran Sosial Media Atas Perilaku Konsumtif Belanja Bagi Ibu Rumah Tangga Di Desa Lebaksari Kec.Parakansalak. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(3), 682–686. <https://doi.org/10.55681/sentri.v2i3.618>
- Handri, M. (2021). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karunia Di Pt Matahari. *Literasi Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 80–89.
- Intan ratu permata, & Daga, R. (2021). Analisis Bisnis Model Kanvas Produk Hijab Online Shop (Studi Kasus @Needhijab.Mks). *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 4(2), 71–86. <https://doi.org/10.56858/jmpkn.v4i2.41>
- Irfansyah, A., Romanda, C., & Asoka, R. (2023). Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Pada Kantor Camat Lais Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Rahmанийah*, 6(2), 236. <https://doi.org/10.51877/jiar.v6i2.288>
- Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.

- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Nisa, F., & Kristaung, R. (2022). 869-Article Text-3585-1-10-20220728. *E-Qien Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1).
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224-232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media Big Book untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446-452. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Riyanto, T. S. (2021). Pengaruh Sikap Pada Beauty Influencer Dan Sikap Merek Terhadap Niat Pembelian (Studi Pada Titan Tyra Dan Produk Secondate). *S1 Thesis, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.*, 53(9), 8-24. <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25559%0Ahttp://e-journal.uajy.ac.id/25559/6/170323484> 5.pdf
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221-230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>

- Silvia, D., Sari, M. S., Salma, N., & Sari, E. M. (2022). Pengaruh Kebijakan Manajemen Keuangan Terhadap Nilai Perusahaan Sektor Property. *Balance : Jurnal Akuntansi Dan Bisnis*, 7(2), 176. <https://doi.org/10.32502/jab.v7i2.5385>
- Suwastiari, N. L. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2021). Pengaruh Green Marketing, Kualitas Produk, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Starbucks Coffee di Denpasar. *Jurnal EMAS*, 2(1), 11–20.
- Syam, A. N. D. M., & Wijaksana, T. I. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *EProceedings Og Management*, 9(4), 2124.
- Terhadap, S. W. (2022). S1\_Feb\_21801081247\_Evi Onalisa. *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Harga, Scarlett Whitening terhadap Keputusan Pembelian*, 1.
- Uyuun, S. N., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa FEB UNESA. *JEMPPER: Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, 1(2), 164–174.
- Winasis, C. L. R., Widiarti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- Yeyesa Triwontoro. (2019). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian mobil low cost green car daihatsu di

makassar. *Economic Bosowa Journal*, 5.

Yuanita, B. (2017). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Universitas Muhammadiyah Yogyakarta*, 3, 1-22.

[http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16066/k.Naskah Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y](http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/16066/k.Naskah%20Publikasi.pdf?sequence=11&isAllowed=y)

Sholihin, U., & Mukhlis, I. (2023). Penggunaan Media Sosial dan Market Place Untuk Mengembangkan Pemasaran UMKM (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Kelompok UMKM Hantaran Kota Kediri). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(4), 204-218. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i4.2266>