

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Sarnita Sadya dan Dimas bayu, “APJII: Pengguna Internet Indonesia 215,63 Juta pada 2022-2023.”
- [2] I. Noviyanti, D. Sunarsi, and H. Wijoyo, “Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Alfamart Cabang Cipondoh,” *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology*, vol. 4, no. 1, pp. 43–54, Feb. 2021, doi: 10.32500/jematech.v4i1.1447.
- [3] A. Putri Vindiana and F. Lestari, Pengaruh Citra Merek ,Kualitas Produk,Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia,” 2022. [Online]. Available: [www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id](http://www.jurakunman.stiesuryanusantara.ac.id)
- [4] F. Ekonomi, B. Unisma, E. Wikatanazal, ) Pardiman, and M. Rizal, “e-Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN.” [Online]. Available: [www.fe.unisma.ac.id](http://www.fe.unisma.ac.id)
- [5] D. Suhardi and R. Irmayanti, “Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen,” 2019. [Online]. Available: <http://jurnal.unswagati.ac.id/index.php/jibm>
- [6] S. Nurhayati -Pengaruh Citra Merek, H. Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta vol. IV, no. 2, 2017.
- [7] A. Nuraini, I. Maftukhah, J. Manajemen, F. Ekonomi, and U. Negeri Semarang, “Management Analysis Journal,” 2015. [Online]. Available: <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>
- [8] Putranta Dio Pratama , Pengaruh Influencer Marketing, Endorsement Artist, Brand Image,Labelisasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Nacific Pada Komunitas K-Pop Di Jember. 2021
- [9] P. Dan Harga Terhadap Keputusan and J. Manajemen, “ Pengaruh Viral Marketing, Kepercayaan Pembelian Produk Hand Body Scarlett Whittening

Melalui Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Tarakan) Skripsi2022.

- [10] F. A. I. 2), R. A. 3) Ahmad Sahri Romadon 1), “Pengaruh Promosi Online dan Brand Ambassador terhadap Minat Beli Produk Scarlett Whitening ”.
- [11] A. A. Fuadi, G. F. Yulius, and C. H. Pangaribuan, “Realitionsip Beetwen Korean Brand Ambassador, Price, and product quality to customer purchase decision on local skincare product.” *Milestone: Journal of Strategic Management*, vol. 3, no. 1, p. 16, Jun. 2023, doi: 10.19166/ms.v3i1.6342.
- [12] N. Afifah and M. Eka Puspita, “Viral marketing and purchasing decision: Learning from BTS meal,” *Jurnal Inovasi Ekonomi*, vol. 07, 2022, doi: 10.22219/jiko.v7i03.23046.
- [13] E. Permatasari, H. Luthfiana, N. A. Pratama, and H. Ali, “Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Ulang : Promosi, Harga, Dan Produk ( Literatur Review Perilaku Konsumen),” vol. 3, no. 5, 2022, doi: 10.31933/jimt.v3i5.
- [14] Y. F. G. I. K. N. Supriyadi, “Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian”.
- [15] A. Chan, “Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus Bank Muamalat Indonesia Cabang Bandung,” 2010.
- [16] F. Aqiella Sakinatun, “Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris pada Konsumen Pengguna TikTok Shop di Wilayah Surakarta).” [Online]. Available: [www.goodstats.com](http://www.goodstats.com)
- [17] R. Rian Marlina, Marlina “Partial Least Squares-Structural Equation Modeling Pada Hubungan Antara Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dan Kulaitas Google Clasroom Berdasarkan Metode Webqual 4.0,” vol. 16, no. 2, pp. 174–186, 2020, doi: 10.20956/jmsk.v%vi%i.7851.
- [18] S. E. , Ak. , M. M. , M. Ak. , CA. Dr. Meiryani, “Memahami Uji Outer Model (Pengukuran Bagian Luar) Dalam Smart PLS.”
- [19] Anwar Hidayat, “PLS SEM: Pengukuran Kecocokan Model (Inner dan Outer).”

- [20] S. E. , Ak. , M. M. , M. Ak. , CA. Dr. Meiryani, “Memahami Inner Model (Model Struktural ) Dalam Smart PLS.”
- [21] A. Febrian, C. Annisa, and V. Hapsari, “ Strategi Pemasaran Dalam Memepengaruhi Keputusan Pembelian Melalui Niat Sebagai Mediasi.” 2019.
- [22] A. Arfian, A. Yoraeni, P. Studi Sistem Informasi, and S. Nusa Mandiri Jakarta, “Inti Nusa Mandiri Analisis Faktor Siswa Menggunakan M-Learning Dengan Metode Structual Patrial Least Square”, [Online]. Available: [www.nusamandiri.ac.id](http://www.nusamandiri.ac.id)
- [23] I. Gunawan, F. Dwikotjo, S. Sumantyo, and H. Ali, “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Suasana Tempat terhadap Kepuasan Konsumen pada WR. Gado-Gado Maya,” *JKIS*, vol. 1, no. 1, 2023, doi: 10.38035/jkis.v1i1.
- [24] D. Dela Piyoh, A. Rahayu, and D. Dirgantari, “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian,” 2024.
- [25] M. A. K. Reni Febriani, “Analisis pengaruh celebrity endorsement/brand ambassador, harga dan desain produk yang di mediasi oleh citra merek terhadap keputusan pembelian di online shop shopee,” 2020.
- [26] N. Nuryanti, M. H. Fawazi, H. Basuki, and J. A. Wati, “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian,” *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, vol. 12, no. 1, pp. 299–310, Dec. 2023, doi: 10.47668/pkwu.v12i1.1111.