

## DAFTAR REFERENSI

- Adnan, A., & Abubakar, R. (2021). *Manajemen Pemasaran (Dari Legacy Marketing Ke New Wave Marketing)*. CV. Sefa Bumi Persada. Lhokseumawe
- Adnan. (2018a). *Marketing Mix di Era Digital*. Seva Bumi Pesada. Lhokseumawe
- Adnan. (2020). *Analisis Lingkungan Bisnis (Reformulasi dan Rekayasa Ulang Strategi Bisnis)*. SEFA BUMI PERSADA. Lhokseumawe
- Adnan, A. (2020). ANALISIS LINGKUNGAN BISNIS (Reformulasi dan Rekayasa Ulang Strategi Bisnis).
- Adnan & Aiyub. (2020). *Reinventing Potensi Generasi Millenial di Era Marketing 4.0*. CV. SEFA BUMI PERSADA. Lhokseumawe
- Adnan, Murhaban, Eva Fitria Ningsih, Suryani & Muhammad Whasil Mufti Ulwan. (2024). *Strategi Pemasaran dan Perilaku Konsumen di Era Digital*. Mega Press Nusantara.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh *Brand Ambassador*, *E-WOM*, Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Erigo*. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka *EMBA*, 2(1), 433-443
- Aiyub, A., & Adnan, A. (2022). *Digital Human: Formulasi Pengembangan Human Capital Untuk Keunggulan Daya Saing*. Lhokseumawe: Sefa Bumi Persada.
- Anwar, M., & Andrean, D. (2020). *The Effect Of Perceived Quality, Brand Image And Price On Purchase Decision*. In *Proceedings Of The 4th International Conference On Sustainable Innovation Accounting And Management* (Vol. 201).
- Asrulla, R., Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). Populasi Dan *Sampling* (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) Dalam Pendekatan Praktis. Jurnal Pendidikan Tambusai, 7(3), 26320-26332.
- Azman, C. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Segi Empat Bella *Square* Pada Mahasiswi

- Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Malikussaleh (Doctoral Dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Christy, Te (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kepribadian Merek Terhadap Loyalitas Merek Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Merek *Apple*) (Disertasi Doktorat, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi *Shopee* Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15-30.
- Devi, A. C., & Fadli, U. M. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Produk *E-Commerce Shopee* Di Kalangan Mahasiswa Universitas Buana Perjuangan Karawang. *Journal Of Student Research*, 1(5), 113-123.
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Pengetahuan, Sikap, Dan Perilaku Masyarakat Dalam Pencegahan Penyakit Demam Berdarah Di Kecamatan Gemolong Kabupaten Sragen (*Doctoral Dissertation*, Universitas Muhammadiyah Surakarta).
- Ekowati, D., Sukmarani, W., Susilawati, R., & Irfanudin, T. (2024). Pengaruh Brand Image, Desain Produk, Dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis*, 3, 62-74.
- Fathurrahman, M. M., Triwardhani, D., & Argo, J. G. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding Senapenmas*, 346(2), 1209.
- Fatriana, E., Karim, S., & Eka, D. (2016). Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android Samsung Di Kota Palembang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan*, 13 (1).
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis *Multivariate* Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9. Semarang: Undip

- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh *Influencer Marketing* Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era *Moderen* (Sebuah Studi Literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.
- Hidayati, L. N., & Sugiyono, S. (2018). Pengaruh Harga, Kepercayaan, Keamanan, Dan Persepsi Akan Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Melalui Instagram. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(11).
- Hodijah, C., Intan, AJM, Solihah, R., & Maria, S. (2021). Peran *Influencer Marketing* Dalam Meningkatkan Kinerja Organisasi Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian. *Budapest International Research And Critics Institute (BIRCI-Journal): Humaniora Dan Ilmu Sosial*, 4 (3), 4380-4390.
- Indah, S. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Kepercayaan, Kepuasan Pelanggan Dan Promosi Terhadap *Loyalitas Merek Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Lhokseumawe)* (Doctoral Dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Jalilvand, M. R., Samiei, N., Dini, B., & Manzari, P. Y. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. *Journal of destination marketing & management*, 1(1-2), 134-143.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal Of Management Research*, 5(1), 8-16.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Prismakom*, 18(1), 33-38.
- Li, Y., Tao, C., Seco-Granados, G., Mezghani, A., Swindlehurst, A. L., & Liu, L. (2017). Channel Estimation And Performance Analysis Of One-Bit Massive

- MIMO Systems. *IEEE Transactions On Signal Processing*, 65(15), 4075-4089.
- Mahardini, S., Singal, VG, & Hidayat, M. (2023). Pengaruh *Content Marketing* Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah DKI Jakarta. *Ikraith-Ekonomika* , 6 (1), 180-187.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 9-13.
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Khatulistiwa Informatika*, 6(1), 9-13.
- Milhinhos, P. R. V. (2015). The Impact Of Content Marketing On Attitudes And Purchase Intentions Of Online Shoppers: The Case Of Videos & Tutorials And User Generated Content.
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2022). Pengaruh Konten Marketing dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian dengan Dimediasi Minat Beli pada Pengguna Aplikasi Tokopedia. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(1), 73-84.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe And Bistro. *Agora*, 7(2), 287057.
- Nata, S. D., & Sudarwanto, T. (2022). *Effectiveness Of Brand Image, Content Marketing, And Quality Product On Purchase Decision Of J-GLOW Products. Journal Of Economics And Business Aseanomics*, 7(1), 078-091.
- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023, September). Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, *Fomo*, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna *Shopee* Di Kota Madiun. In *Simba: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, Dan Akuntansi* (Vol. 5).
- Novita, N., & Sundari, R. (2023). Demonstrasi Pembuatan Konten Kreatif Pada Media Sosial Dalam Promosi Produk Umkm. *Jurnal Pengabdian Kompetitif*, 2(2), 86-91.
- Pratama, D. P., & Sugiyono, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Merek Indomie. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).

- Purwanto, S. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci Di Kota Surabaya. *SEIKO: Journal Of Management & Business*, 6(1), 657-663.
- Putri, A. S., & Nurhayati, S. (2024). Pengaruh Algoritma Tiktok Dan Konten Kreatif Pada Tiktok Shop Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 11(1), 10-15.
- Rahayu, S., Limakrisna, N., & Purba, JHV (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Online, Dan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Internasional Sains, Teknologi & Manajemen*, 4 (3), 629-639.
- Rahman, MM (2023). Penentuan Ukuran Sampel Untuk Penelitian Survei Dan Teknik Pengambilan Sampel Non-Probabilitas: Tinjauan Dan Serangkaian Rekomendasi. *Jurnal Kewirausahaan, Bisnis Dan Ekonomi*, 11 (1), 42-62.
- Ramadhani, N. N., & Baruno, A. D. (2024). Pengaruh Media Sosial, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Coffee Shop* Karmenseve Di Surabaya. *Soetomo Management Review*, 2(7), 928-943.
- Reza Jalilvand, M. and Samiei, N. (2012), "*The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An empirical study in the automobile industry in Iran*", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 30 No. 4, pp. 460-476.
- Sandra, C. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pilon. *Emabi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 93-109.
- Sari, SD, & Ilhami, MD (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk *Iphone* Di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 4 (1), 24-35.
- Satriadi, W., Hendrayani, E., & Siwiyanti, L. (2021). Nursaidah. *Manajemen Pemasaran*.

- Setiawan, R. D., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone Rds Phone Store* Di Surakarta. *VALUE*, 4(1), 167-184.
- Siddik, R., & Veronica, M. (2024). Pengaruh Konten Kreatif, Interaksi Pengguna Dan Popularitas *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Program Afiliiasi Tiktok. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 10(2), 1048-1058.
- Siwi, A. G. R. S., & Ahmadi, M. A. (2025). Pengaruh *Brand Image, Content Marketing, Online Customers Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc Shopee. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen & Bisnis*, 6(1), 137-143.
- Solihin, D., Ahyani, A., & Setiawan, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung Dengan Intervensi Pembelian Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Internasional Ilmu Sosial Dan Bisnis* , 5 (2), 262-270.
- Sudaryono, S., Rahwanto, E., & Komala, R. (2020). *E-Commerce* Dorong Perekonomian Indonesia, Selama Pandemi *Covid 19* Sebagai *Entrepreneur* Modern Dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis *Offline*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(02), 110-124
- Sudha, M., & Sheena, K. (2017). Dampak *Influencer* Dalam Proses Pengambilan Keputusan Konsumen: Industri Mode. *SCMS Journal Of Indian Management* , 14 (3), 14-30.
- Sugiharto, SA, Ramadhana, MR, Psi, S., & Psi, M. (2018). Pengaruh Kredibilitas *Influencer* Terhadap Sikap Pada Merek (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Komunikasi Dan Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ilmu Politik Dan Komunikasi* , 7 (2).
- Sulikah, S., Muharsih, L., & Simatupang, M. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Bimbingan Belajar Online Ruang Guru Di Sman 1 Banyusari Karawang. *Empowerment Jurnal Mahasiswa Psikologi Universitas Buana Perjuangan Karawang*, 1(3), 77-86.

- Supriatna, P., Rahayu, A., & Dirgantari, PD (2023). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan (Survei Pengguna Ponsel Samsung Di Indonesia). *Jurnal Internasional Manajemen Sains Dinasti (DIJMS)* , 4 (3).
- Susanti, Dd, Sudaryanti, D., & Efendi, E. (2025). Pengaruh *Influencer Marketing, Content Marketing Dan Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Pvn Shoes* (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Malang). *E-Jrm: Elektronik Jurnal Riset Manajemen* , 14 (01), 1201-1208.
- Thei, J. S., Kurniasandy, A.R., Lay, R.A., & Amaral, M.A. L. (2024) Pengaruh Influencer Marketing Dan Website Design Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zalora. *JurnalMinfo Polgan*, 13 (1), 262-270.
- Tusmawati, T., Budiyo, B., & Wijayanti, W. (2022). Pengaruh *Celebrity Endorser Dan Word Of Mouth* Terhadap *Purchase Intention* Dimediasi Oleh Brand Image: Studi Pada Konsumen Kosmetik Emina. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 527-536.
- Wang, C. M. (2025). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Pada Produk McDonald's Indonesia di Kalangan Generasi Z. *Konsumen & Konsumsi: Jurnal Manajemen*, 4(1), 834-867.
- Wijaya, AFB, Surachman, S., & Mugiono, M. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Yang Dirasakan Dan Efek Mediasi Citra Merek Terhadap Kepercayaan Merek. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan* , 22 (1), 45-56.
- Wilis, R. A., & Faik, A. (2022). *The Effect Of Digital Marketing, Influencer Marketing And Online Customer Review On Purchase Decision: A Case Study Of Cake Shop" Lu'miere"*. *Petra International Journal Of Business Studies*, 5(2), 155-162.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Kota Manado. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1058-1068.

- Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian *Somethinc* Di Surabaya Dimediasi Oleh *Brand Image*. *PERFORMA*, 8(6), 687-699.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, LA (2020). Pengaruh Konten Pemasaran *Shopee* Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial* , 1 (2), 506-515
- Zanjabila, R., & Hidayat, R. (2017). Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bandung Techno Park. *Eproceedings Of Applied Science*, 3(2)