

## DAFTAR PUSTAKA

- Andre Daniohasiholan Silalahi, Jurnal, *Pengaruh Brand Image Dan Awerness Terhadap Keputusan Pembelian*, 2020
- Anak Agung, *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi 1 (Malang: UBPress, 2012)
- Arti Sukma Lengkawati Taris Qistan Saputra, 'Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)', *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18.1 (2021), <<https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>>
- Aruan, Jhon Pieteron. "Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan PT. Nusantara Raya Citra Rantauprapat." (2020).
- Asep Hermawan, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: PT. Grasindo, 2005),
- Aziz alimul Hidayat, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Surabaya: health books publishing, 2021)
- Chandra Warsito, *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online* (malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022)
- Dedi Purwana ES Et Al, "Pemanfaatan Digital Marketing Bagi Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (UMKM) Kelurahan Malaka Sari, Duren Sawit" (Dalam Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani Vol. 1 No. 1 Juli 2017)
- Dermawan Wibisono, *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi Dan Akademis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Eli Achmad Mahiri, " *Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (Bumdes) Mart Banjaran, Jurnal Ilmiah Manajemen.*
- Ginting, Dalam Jurnal Pengembangan Media Sosial, *Peningkatan Hasil Penjualan Melalui Promosi Sosial Media*, 2019
- Hartono, Anang, and Wahyono Wahyono. "Pengaruh Citra merek dan Kualitas terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening." *Management Analysis Journal* 4.2 (2015).
- Hermawan, Asep, *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif* (Jakarta: Pt. Grasindo, 2005)

- Hidayat, aziz alimul, *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas* (Surabaya: health books publishing, 2021)
- Ikayanti, Anggita Perdami, 'Pengaruh Influencer Dan Iklan Di Instagram Pada Pemasaran Pariwisata', *Skripsi*, 2020. <[https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28394/15917204\\_Anggita Perdami Ikayanti.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uui.ac.id/bitstream/handle/123456789/28394/15917204_Anggita%20Perdami%20Ikayanti.pdf?sequence=1&isAllowed=y)>
- Ivan fanani Qomusuddin, *Statistik Pendidikan (Lengkap Dengan Aplikasi IBM SPSS Statistic 20.0)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Junita, Shanty. *Hubungan Brand Image dengan pengambilan keputusan pembelian Iphone series*. Diss. Program Studi Psikologi FPSI-UKSW, 2015. [https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/9161/2/T1\\_802011089\\_Full%20text.pdf](https://repository.uksw.edu/bitstream/123456789/9161/2/T1_802011089_Full%20text.pdf)
- Kani dan Mahdiannoor Norasyifah, Muhammad Ilyas , Tuti Herlinawati, '2H 3H 4H 5H', 44.2018 (2019).
- Kolter, *Dalam Jurnal Keputusan Pembelian*
- Kurniardi, Kurniardi. "Pengaruh Pemasaran Media Sosial Instagram dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Pakaian Merek Jiniso/Kurniardi/27180450/Pembimbing: Rita Eka Setianingsih." (2022).
- Milla sari, tri siswati, and Dkk, *Metode Penelitian* (padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022)
- Moumtaza, Faiza Zulfa, 'Pengaruh Social Media Marketing , Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim ( Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia )', 2022
- Nikolaus duli, *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar Untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data Dengan Spss* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Norasyifah, Muhammad Ilyas , Tuti Herlinawati, Kani dan Mahdiannoor, '2H 3H 4H 5H', 44.2018 (2019).
- Nugroho, Tatang Abi, 'Compass, Pengaruh Influencer Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb*, 2022,. <[https://scholar.google.com/scholar?q=related:0JDG0whu6MIJ:scholar.google.com/&scioq=Tatang+Abi+Nugroho&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?q=related:0JDG0whu6MIJ:scholar.google.com/&scioq=Tatang+Abi+Nugroho&hl=id&as_sdt=0,5)>

- Nurdin, Dalam Jurnal Marketing Mix, *Penerapan Marketing Mix Pada Era Covid-19*, 2020
- Nur Fadhilah Nasrul, ” *Pengaruh Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Iriana* ”.
- Paramitasari Musay, Fransisca, ‘Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian’, *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam*, 7.1 (2022) <<https://doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>>
- Perhumas, Artikel, *Apa Itu Marketing Manfaat Dan Fungsinya*, Diakses Pada Hari Kamis, 6 Juli 2023, Pukul 09.40 WIB.
- Qomusuddin, ivan fanani, *Statistik Pendidikan (Lengkap Dengan Aplikasi IBM SPSS Statistic 20.0)* (Yogyakarta: Deepublish, 2019)
- Riadi, Muchlisin. (2020). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*.
- Riadi, Muchlisin. (2021). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. Diakses pada 7/2/2023
- Rita, S.E, M.S.I ,Brand Image, Articiel, Bnus University, 2018, Dikases Pada Rabu 05 Juli 2023 Pukul 11.15.
- Rohmanuddin, *Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Dan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19*, Dalam Jurnal Bina Manajemen, 2022. Vol. 10 No 2.
- Sanjaya,Surya. ” *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan*, “ Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, Vol. 16 No.02 2015, hal.112
- Siti Nadila Ajeng Fitriya, *Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial ; Studi Mengenai Etnografi Virtual ; Melalui Vlog* (Universitas Hasanudin, Skripsi 2017).
- Sugiharto. Y and Vonnie Jene Marsellina, *Identifikasi Jiwa Kewirausahaan Pada Pemilik Elisabeth Max Di Semarang* ( Jurnal Ekonomi, Manjemen, Akuntansi, Vol.1 No.2, 2018
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta.2013)

- Sunarto, Dalam Jurnal Marketing Mix, *Penerapan Marketing Mix Pada Era Covid-19*, 2020
- Suryani dan Hendryadi. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi Pada Penelitian Bidang Manajemen Dan Ekonomi Islam*. (Jakarta: Kencana. 2015)
- Sutrisno Hadi, *Op Cit*
- Swastha, Dalam Jurnal Pengembangan Media Sosial, *Peningkatan Hasil Penjualan Melalui Promosi Sosial Media*, 2019
- Tjiptono, *Dalam Jurnal Keputusan Pembelian* 2014,
- Tri siswati milla sari and Dkk, *Metode Penelitian* (padang: PT. Global Eksekutif Teknologi, 2022),
- Warsito, Chandra, *Keputusan Pembelian Konsumen Muslim Terhadap Jasa Ojek Online* (malang: CV. Literasi Nusantara Abadi, 2022)
- Wibisono, Dermawan, *Riset Bisnis Panduan Bagi Praktisi Dan Akademis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2002)
- Yohanes, Kelvin, Suharyati Suharyati, and Ediwarman Ediwarman, 'Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Street Boba', *Prosiding SENAPENMAS*, 2021, 1339  
<<https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15205>>