

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron. (2022). Pengaruh influencer marketing dan persepsi harga terhadap minat beli skincare pada tiktok shop. *Kinerja Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 5(1).
- Devi Edriani. (2021). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Dinka Wardah Robiah, M. N. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *YUME : Journal of Management*, 5(1), 433–441. <https://doi.org/10.37531/yume.vvix.235>
- 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. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15157>
- Irawanti, G. (2024). Pengaruh Brand Image, Brand Experience dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Kecantikan. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 9(2), 165–183. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i1.324>
- Mahardini, S., Singal, V. G., & Hidayat, M. (2022). Pengaruh Content Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi Tik-Tok Di Wilayah Dki Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(1), 180–187. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i1.2480>
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal Emba*, 9(3), 1079. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/35296/33013>
- Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>
- Rifa'I Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, & Imbayani I Gusti Ayu. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Values*, 1, 1–12.

- Annisah Shinta, & Hariadi Hadisuwarno. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Persepsi harga Terhadap Keputusan pembelian scarrlet. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(1), 53–67. <https://doi.org/10.56799/jceki.v3i1.1853>
- Apriliani, N., & Ekowati, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing, brand awareness Dan Komunikasi pemasaran (viral marketing) di sosial media Terhadap Keputusan pembelian. *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains (JEMS)*, 4(2), 501–515. <https://doi.org/10.36085/jems.v4i2.5491>
- Aryudi, Y. B. (2021). *Analisis Pengaruh Perceived Value, Promosi Penjualan Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Pembelian (Studi Pada Pengguna Aplikasi Video Game Gratis)*.
- Baronah, Yoebrilanti, A., & Nurhayani. (2023). Pengaruh Digital Marketing, influencer marketing Dan Product Quality Terhadap Keputusan pembelian mobil wuling di Indonesia. *Jurnal Akuntansi Manajemen (JAKMEN)*, 2(2), 87–98. <https://doi.org/10.30656/jakmen.v2i2.7526>
- Edriani, D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i2.114>
- Edvin Fairliantina, N. I. (2023). Pengaruh Kualitas produk, Promosi, Dan Persepsi harga terhadap keputusan pembelian fore coffee. *Jurnal Ecoment Global*, 8(2), 18–29. <https://doi.org/10.35908/jeg.v8i2.2945>
- Farhan Ahmad Hanief, & R Oktini, D. (2024). Pengaruh influencer marketing Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan pembelian. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 4(1), 589–598. <https://doi.org/10.29313/bcsbm.v4i1.11423>
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Moderen (Sebuah Studi Literatur)*. <https://www.researchgate.net/publication/339787291>
- Indra Pratiwi, M., & Dwijayati Patrikha, F. (2021). Pengaruh gaya hidup, hatga, dan influencer terhadap Keputusan pembelian di rumah makan se'I sapiku surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Kotler, P. & Keller K.L, 2016, *Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education Inc, USA*
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Prinsip-prinsip Manajemen Pemasaran (1st ed.)*. PT. Indeks: Jakarta
- Mahmud, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian konsumen. *Paradoks : Jurnal Ilmu Ekonomi*, 4(1), 1–11. <https://doi.org/10.57178/paradoks.v4i1.289>

- Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 3(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Ningrum, M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.549>
- Pratiwi, C. S., Sidi, A. P., Teknologi, I., Bisnis, D., & Malang, A. (2022). Pengaruh kualitas produk , harga dan influencer terhadap Keputusan pembelian scarlet body whitening. In *Jurnal Ekonomi: Vol. XVIII* (Issue 1).
- Purbiyanto, E. (2021). Pengaruh Persepsi Harga Dan promosi TERHADAP Keputusan Pembelian konsumen air Minum Syekher water. *Radiant*, 2(1), 70–86. <https://doi.org/10.52187/rdt.v2i1.35>
- Rifki, M., Gunawan, R., & Yulianingsih. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Flat Shoes. *Jurnal Visionida*, 9(1), 84–95. <https://doi.org/10.30997/jvs.v9i1.6805>
- Rumengan, G., Tumbel, A. L., Djemly, W., Rumengan, G., & Tumbel, A. L. (2022). *The Effect Of Price Perception, Promotion, And Product Quality On Consumer Purchase Decisions On Oppo Smartphone Products In Manado*. 10(2), 40–50.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Zabrina, J., & Junaidi, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan brand image Scarlett Whitening Terhadap Keputusan pembelian mahasiswa. *Kiwari*, 2(4), 656–661. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i4.27272>