

## DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital : Sebuah Tinjauan Literatur. *Jipis*, 31(2), 134–148. <https://doi.org/10.33592/jipis.v31i2.3286>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel Dalam Penelitian. *JURNAL PILAR: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- Butarbutar, D., & Auditya, W. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Onlineshop Rumah Kebaya Vera. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 190–199.
- 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 Unsurya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

- Dewi, N. M. P., Imbayani, I. G. A., & Ribek, P. K. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi E-Word of Mouth Pada Givanda Store Denspasar. *Jurnal EMAS*, 2(2), 28–42. [www.validnews.id](http://www.validnews.id),
- Fauzi, S. I., & Aisyah, S. (2023). Analisis Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produksi Skincare dan Obat Herbal Pada PT. PLM Jaya. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1512–2520.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal. (2022). Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Rumah Makan Di Jawa Barat. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Hidayatullah, S., Tiyas, S. W., Alvianna, S., Sugeha, A. Z., & Rachmawati, I. K. (2021). Peran Mediasi Brand Images Pada Hubungan Antara Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wisatawan Yang Berbelanja Di Krisna Toko Oleh- Oleh Khas Bali). *Pariwisata Pesona*, 04(1), 1–10.
- Khafidin. (2020). Konsep Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Repository Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 1–15. <http://eprints.umsida.ac.id/6801/>
- Kharimah, N. F., & Hariasih, M. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Bandeng Presto Mbak Ila di Kalanganyar Sidoarjo. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Pendidikan (JEBP)*, 2(9), 833–843. <https://doi.org/10.17977/um066v2i92022p833-843>
- Khoir, M. M., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan dan Promosi terhadap Minat Penggunaan E-Wallet LinkAja di Kota Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 752.

<https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.619>

- Kurniawati, L., & Silitonga, P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Suasana Toko Dan Media Sosial Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Fore Coffee Cibubur Junction. *Jurnal Ilmiah Panorama Nusantara*, 16(1), 53–62.
- Lionawan, D., & Tarigan, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk, Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Uniqlo. *Digismantech*, 3(1), 33–47.
- Maharani, I. G. A. A., Anggraini, N. P. N., & Ribek, P. K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mina Cabang Dalung. *Values*, 3(1), 275–285.
- Mayangsari, M., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Penilaian Produk, Promosi dan Layanan COD (Bayar di Tempat) Terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Sidoarjo. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 6(2), 498. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v6i2.592>
- Mulyansyah, G. T., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Digital Marketing Berbasis Sosial Media terhadap Keputusan Pembelian Kuliner di Kawasan G-Walk Surabaya. *Pendidikan Tata Niaga*, 9(1), 1097–1103. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/36056>
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner Di Kota Denpasar. *JUMPA*, 8, 741–773.
- Nawang Sari, S., & Kusumawati, N. A. (2023). the Influence of Brand Trust, Product Quality, Price and Social Media Marketing on Interest To Repurchase Wardah Cosmetic Products. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 2023. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Noer, L. R., Prihananto, P., Asokawati, A., Ninglasari, S. Y., & Rai, N. G. M. (2024). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO) dan Social Media Marketing

- terhadap Niat Pembelian Pada Produk Healthy. *Jurnal Sosial Humaniora*, 17(1), 103. <https://doi.org/10.12962/j24433527.v17i1.20562>
- Nugraha, J. P., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (M. T. Ahmad Jibril, S.T. (ed.); Cetakan ke). PT. Nasya Expanding Management.
- Nurmalasari, L. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN KETERLIBATAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Nursiti, & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 2(2), 99–105. <https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.185>
- Permatasari, A. N. I., & Hidayat, A. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Tiktok dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Camille Beauty. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 350–355. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i2.250>
- Ramahdani, N. I., & Fairliantina, E. (2022). 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>
- Ratnaningsih, S., & Nurlinda, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Sosial Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek pada J.Co Donut's & Coffee di Jabodetabek. *Journal Economic Excellence Ibnu Sina*, 2(2), 165–177. <https://doi.org/10.59841/excellence.v2i2.1356>
- Rusnovia, H., & Aryani, L. (2024). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk,

- Persepsi Harga Terhadap Pembelian Ulang Kopi Janji Jiwa. *Ikraith-Ekonomika*, 7(2), 1–13. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v7i2.3329>
- Safitri, F., Mega, W., Saptaria, L., & Manajemen, F. E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Instagram, Kualitas Produk Dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Minimaxx Kota Kediri. *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 1(11).
- Salamah, M., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Social Media Marketing, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik Madame Gie Di Kab. Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2686–2703. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.894>
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa*, 5(1), 63–71. <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>
- Sumartini, S., Harahap, K. S., & Sthevany, S. (2020). Kajian Pengendalian Mutu Produk Tuna Loin Precooked Frozen Menggunakan Metode Skala Likert Di Perusahaan Pembekuan Tuna. *Aurelia Journal*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.15578/aj.v2i1.9392>
- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Suryani, P., Cahyono, Y., & Utami, B. D. (2020). Pengaruh Motivasi dan Gaya Kepemimpinan Terhadap Produktivitas Kerja pada Karyawan Bagian Produksi di PT Tuntex Garment Indonesia. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 1(1), 70–82. <https://jiemar.org/index.php/jiemar/article/view/28>

- Thantia, F. A., Kurniati, R. R., & Widayawati, E. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Serum Avoskin (Studi Pada Followers Akun TikTok @avoskinbeauty). *JIAGABI*, 12(1), 1–23.
- Tua, D. W. M., & Mardhiyah, A. (2022). Pengaruh Tingkat Pendidikan Dan Pengalaman Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Bagian Keperawatan Rumah Sakit Umum Daerah Padangsidimpuan. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 2(3), 1–8. <https://doi.org/10.54209/jasmien.v2i3.170>
- Winasis, C. L. R., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Umum Manajemen Terapan*, 3(4), 392–403. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>