

DAFTAR PUSTAKA

- Adelia, R., & Cahya, S. B. (2023). Dampak Citra Merek dan Pemasaran Konten atas Minat Beli Mafia Gedang di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(3), 325–333.
- Ainiyyah, I., & Rejeki, A. (2022). Pengaruh brand image dan konten pemasaran terhadap minat beli produk Erigo. *Jurnal Pendidikan dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 3265–3272.
- Angkasa, N., Marpaung, F. K., Sihombing, Y. R., Meliza, J., Holando, F. A., Evani, S., & Wijaya, K. (2024). Pengaruh Influencer Harga Dan Content Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Skintific. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(4), 8703-8712.
- Aviani, D. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Yogyakarta (*Doctoral dissertation*, STIE YKPN).
- Destika Fitriani Putri. (2024). *Analisis Faktor Persepsi Kegunaan, Kepercayaan, Dan Features Terhadap Minat Menggunakan Seabank Di Kota Pemalang*.
- Fameliana, F. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga Dan *Social Media Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk.
- Fahreza, M. M. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran, Citra Merek Dan Influencer Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Aplikasi Instagram Pada Masyarakat Kota Pekanbaru, Riau (*Doctoral dissertation*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Fauzi, M., Ramadhan, A., & Wijayanti, S. (2020). Pengaruh kualitas konten pemasaran terhadap minat beli konsumen: Studi empiris pada industri digital. *Jurnal Pemasaran Digital*, 6(1), 45–60.
- Gekombe, C., Tumsifu, E., & Jani, D. (2019). *Social media use among small and medium enterprises: a case of fashion industry growth*. *Salaam Library Journal*, 14(2), 3–18.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariat (edisi ke-10)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayati, A. (2021). *Strategi Penentuan Harga dalam Persaingan Pasar*. Jakarta: Penerbit Ekonomi & Bisnis.
- Hendi, A., Hidayat, R., & Mauludin, L. A. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 123-135.
- Hendy, H., Robin, R., & Aranggoh, H. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Kesetiaan Pelanggan pada Merek Erigo di Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 1191-1203.
- Herzego, D. P. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Brand Ambassador, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo (Studi Kasus Komunitas JKT48 Terbaik Sedunia).

- Hwang, J., & Kandampully, J. (2018). *The Role of Brand Image in Consumer Decision Making: A Case Study on Fashion Industry*. *Journal of Marketing Research*, 55(3), 120-135
- Imam Machali. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif (Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif).
- Kumalasanti, M. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Tokopedia Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Di Yogyakarta. *Journal Competency of Business*, 6(01), 77-94.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education
- Laksono, D. W., Fardiana, E., & Rinaldo, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pakaian Merek Erigo Di Kota Tangerang. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 204-211.
- 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.
- Musfar, T. F. (2020). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bauran Pemasaran Sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran Bandung: CV. Media Sains Indonesia.
- Novitasari, N. (2021). Pengaruh *Social Media Marketing*, *Celebrity Endorser*, Harga, Dan *Brand Image* Terhadap Minat Beli Produk *Fashion* (Studi Empiris Pada Brand *Fashion* Erigo) (Doctoral dissertation, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang).
- Nuryanti, N., Fawazi, M. H., Basuki, H., & Wati, J. A. (2024). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 12(1), 299-310.
- Pramadhani, D., & Nugroho, R. H. (2024). Pengaruh *Green Marketing*, *Lifestyle*, dan *Environmental Awareness* terhadap *Brand Loyalty*: Studi pada Pengguna Produk The Body Shop di Surabaya. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(4), 3126-3138.
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 927. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>
- Priyono, A. (2017). Analisis pengaruh trust dan risk dalam penerimaan teknologi dompet elektronik Go-Pay. *Jurnal Siasat Bisnis*, 21(1), 88–106. <https://doi.org/10.20885/jsb.vol21.iss1.art6>
- Putri, D. A., & Ananda, A. (2021). Pengaruh Konten Pemasaran Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Fashion. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 456-468

- Putri, D. S., & Santoso, A. (2021). *The impact of content marketing on consumer purchase intention in the digital age*. *Journal of Marketing Strategy*, 15(2), 67-84.
- Putri, N. B., & Effendy, J. A. (2022). Analisa pengaruh product, price, place, dan promotion terhadap keputusan pembelian di rumah makan Ayam Goreng Echo. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis*, 7(3).
- Rafi, M. T. R., & Mahatmyo, A. (2024). Pengaruh Harga Produk Erigo Dan Promosi Live Selling Terhadap Minat Beli Konsumen Di Tiktok Shop. In *Seminar Nasional Akuntansi dan Manajemen PNJ* (Vol. 5, No. 1).
- Ramadhanti, R. D. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Surabaya (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyan Rizal, & Riza Bahtiar Sulistyan. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif (Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen)*.
- Rivansyah, M. S., & Witjaksono, B. (2024). Pengaruh Konten Pemasaran dan Kualitas Produk di Media Sosial Instagram Erigo Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen dan E-Commerce*, 3(3), 22-37.
- Rusli, M. R. A., & Yahya, Y. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Di Grand City Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).
- Saputra, W. A., Hermawan, D., & Yulianto, E. (2020). Pemanfaatan *Internet Marketing* dalam Meningkatkan Daya Saing UMKM. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 6(1), 78-89.
- Saputra, R., & Wijaya, A. (2020). Pengaruh Harga terhadap Daya Saing dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 15(2), 123-135.
- Sari, D. P., & Dewi, I. K. (2020). Pengaruh citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 8(2), 123-135.
- Setiawan, B. (2024). Pengaruh *Electronic Word Of Mouth* Dan *Interactivity* Terhadap Citra Merek Serta Dampaknya Terhadap Minat Beli Ulang Produk Erigo (Doctoral dissertation, Universitas Islam Sultan Agung Semarang).
- Sidik Priadana, & Denok Sunarsi. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books.
- Siti Rodiah. (2020). *Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Wallet Pada Generasi Milenial Kota Semarang*.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryahadi, A., Al Izzati, R., & Suryadarma, D. (2022). *How inequality affects trust in institutions: Evidence from Indonesia*. *Asian Economic Policy Review*, 17(2), 210-227.
- Suryani, E., et al. (2022). *The impact of price perception on purchase intention: A case study in retail*. *International Journal of Marketing Strategies*, 14(2), 87-102.

- Suryani, M., Adawiyah, N. N., & Syahputri, E. B. (2022). Pengaruh harga dan ulasan pelanggan online terhadap keputusan pembelian di e-commerce Sociolla pada masa pandemi Covid-19. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 1(1), 49–74.
- Ulandari, S. (2022). Efektivitas Marketing Mix 4P terhadap Penjualan BUMDes "Sumber Rejeki". *Jurnal Manajemen dan Ekonomi*, 10(2), 93-102.
- Wahyuni, E. R. (2024). Analisis Pengaruh Strategi Konten Pemasaran terhadap Niat Beli melalui Brand Awareness pada Brand Erigo. Al Fadhilah International Journal of Islamic Studies, 1(1), 1-24.
- Walangitan, B. Y., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh diskon harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap minat konsumen untuk menggunakan transportasi online (Studi pada konsumen Maxim di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511-521.
- Wicaksono, R. A., & Muanas, A. (2023). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Brand Erigo (Doctoral dissertation, UIN Surakarta).
- Widyaningrum, D., & Musadad, D. (2021). Pengaruh elemen visual dan komunikasi pemasaran terhadap minat beli produk Garnier. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 9(1), 67–81.
- Wijaya, G. P., & Yulita, H. (2022). Pengaruh Konten Marketing, E-WoM, dan Citra Merek di Media Sosial Tiktok terhadap Minat Beli Kosmetik Mother of Pearl. *Journal of Business & Applied Management*, 15(2), 133-142
- Yuniarti, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen: Studi pada Produk Elektronik di Kota Bandung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(1), 45-58.
- Zivi, P. M., Hamid, F. Z., & Mustofa, A. (2022). Pengaruh Konten Pemasaran Dan Kecepatan Inovasi Terhadap Niat Membeli Kembali Umkm Fashion Di Instagram (Studi Kasus Pada Erigo Store). *Jurnal Administrasi Profesional*, 3(2), 2963-1734.