

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Kohar Septyadi, M., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Abou Ali, A. A., Ali, A. A., & Mostapha, N. (2021). the Role of Country of Origin, Perceived Value, Trust, and Influencer Marketing in Determining Purchase Intention in Social Commerce. *BAU Journal - Society, Culture and Human Behavior*, 2(2). <https://doi.org/10.54729/2789-8296.1051>
- Affiah, S. N., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal). *Jesya*, 6(1), 147–155. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.890>
- Ahmadi, E. A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas, Fitur, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Genuine Parts Di Jun'S Motor Surabaya. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(2), 148–156. <https://doi.org/10.37403/mjm.v6i2.172>
- Anggraini, N. T., & Irwansyah, I. (2023). Pengaruh Viral Marketing dan Harga Terhadap Perilaku Impulse Buying Pada Market Place Shopee (Studi Pada Mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Lambung Mangkurat). *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, 12(3), 42. <https://doi.org/10.20527/jbp.v12i3.17984>
- Aprianti, D. I., & Dhea Desliani. (2021). *PENGARUH NEGARA ASAL EKUITAS MEREK TERHADAP LOYALITAS MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA KOSMETIK MAYBELLINE DI SAMARINDA*. 10(2), 339–347.
- Aqshel, M., Nizar, R., Akbar, A., Prasetyo, A. R., & Padjadjaran, U. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP MINAT BELI THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON INTEREST IN BUYING MEN 'S CARE PRODUCTS*. September, 5187–5192.
- Auliya, F. Z., & Naiim, J. A. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Label Halal, dan Country Of Origin terhadap Minat Beli. *Jurnal STIE Semarang*, 13(3), 104–115.
- Chrisniyanti, A., & Fah, C. T. (2022). the Impact of Social Media Marketing on Purchase Intention of Skincare Products Among Indonesian Young Adults. *Eurasian Journal of Social Sciences*, 10(2), 68–90. <https://doi.org/10.15604/ejss.2022.10.02.001>
- Dewi, I. R., Michel, R. J., & Puspitarini, D. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk

- Terhadap Loyalitas Dengan Mediasi Kepuasan Pelanggan Pada Toko Prima Freshmart Cirebon. *Jurnal Maneksi*, 11(1), 314–321. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i1.1080>
- Fandy Tjiptono, G. C. (2012). *Pemasaran strategik*. ANDI.
- Febrianti, A. I., & Saputri, M. E. (2022). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING YOUTUBE, INSTAGRAM, DAN TWITTER TERHADAP BRAND AWARENESS PADA GENERASI Z (Studi Kasus Pada Radio Play99ers 100FM Bandung). *JURISMA : Jurnal Riset Bisnis & Manajemen*, 12(1), 84–101. <https://doi.org/10.34010/jurisma.v12i1.3079>
- Firmansyah, R. D., & Purwanto, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Electronic Word Of Mouth (e-WOM) terhadap Minat Beli Jasa Wedding Organizer Mahar Agung Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 658. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.527>
- Frintika, M. T., & Rachmawati, I. (2023). The Influence of E-WOM, Brand Image, Product Features, and Product Price on Purchase Intention for the Samsung Galaxy S23 Smartphone in Indonesia. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(2), 117–130. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i2.7651>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan IBM SPSS 25* (E. 9 (ed.)). Badan penerbit universitas diponegoro.
- Girish, A., Pangabeau, W., & Shashank, M. A. (2024). *Engineering , Environment , and Technology The Influence Of Country Of Origin And Quality Perceptions On Purchase Intention (Study At Xiaomi Sales Center - Pekanbaru)*. 9(1). <https://doi.org/10.25299/jgeet.2024.9.1.19196>
- Gitosudarmo, I. (2012). *Manajemen Pemasaran*. BPFE Yogyakarta.
- Gunelius, S. (2010). *30-Minute Social Media Marketing: Step-by-step Techniques to Spread the Word About Your Business: Social Media Marketing in 30 Minutes a Day*. McGraw Hill Professional. https://books.google.co.id/books?id=8jRTUB0nI9IC&lp_g=PP1&h_id&p_g=PR4#v=onepage&q&f=false
- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hasmoro, A. D., Darmastuti, I., & Nurdianasari, R. (2023). *Pengaruh Citra Negara Asal terhadap Keputusan Pembelian Mellaui Citra Merek (Studi pada Konsumen Mobil Wuling di Kota Semarang)*. x, 1–13.
- Junaidi Sagir, Ninin Setianing Pandika, & Sri Darwini. (2021). Pengaruh Brand

- Ambassador Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Skin Care Korea. *Journal of Economics and Business*, 7(1), 125–142. <https://doi.org/10.29303/ekonobis.v7i1.72>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Muharom, M., Yulia, I. A., & Mulia, A. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Daihatsu Gran Max dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal EMT KITA*, 8(2), 558–569. <https://doi.org/10.35870/emt.v8i2.2058>
- Nastiti, R., Prayunda, D., Ika, N., Wardani, K., Pembangunan, U., Veteran, N. ", & Timur, J. (2023). Analysis Of E-Trust And E-Wom On E-Loyalty For Tokopedia Users In Surabaya Analisis E-Trust Dan E-Wom Terhadap E-Loyalty Pada Pengguna Tokopedia Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(5), 5496–5507. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nugraha, I. (2024). Analisis Pengaruh Produk HP Samsung Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Menggunakan Metode Uji Chi-square. *Jurnal TRINISTIK: Jurnal Teknik Industri, Bisnis Digital, Dan Teknik Logistik*, 3(1), 46–52. <https://doi.org/10.20895/trinistik.v3i1.1423>
- Nuraisyah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Sekitar Purwosari). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 131–141.
- Philip Kotler, K. L. K. (2021). *Marketing Management, Global Edition* (16th ed.). Pearson Higher Ed.
- Pramudita, A., & Suharyati. (2024). Pengaruh Country of Origin, Social Media Marketing, dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Produk Somethinc di Jakarta Selatan. *Journal of Young Entrepreneurs*, 3(1), 1–18.
- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75–84. <https://doi.org/10.24002/modus.v34i1.5061>
- Putri, P. N., Rachmawati, I., & Sudarawerti, G. (2024). *Pengaruh Product Features, Brand Image, Product Price dan Social Influences Terhadap Purchase Intention*

iPhone Pada Gen Z Di Indonesia. 11(5), 4945–4954.

- Rohana, U. P., & Pudjoprastyono, H. (2024). The Influence of Social Media Marketing and Electronic Word Of Mouth on Consumer Purchase Decisions of Coil Rocket Builds in Sidoarjo. *Formosa Journal of Science and Technology*, 3(7), 1675–1684. <https://doi.org/10.55927/fjst.v3i7.10341>
- Rosdiana, Y., Susmini, & Nurheni. (2023). Sosialisasi Pencegahan Perilaku Pbulbing Pada Generasi Z Di Era Society 5.0. *JAMAS : Jurnal Abdi Masyarakat*, 1(2), 103–107. <https://doi.org/10.62085/jms.v1i2.19>
- Rosyidah, I., & Purwanto, S. (2024). *The Influence of Social Media Marketing , Perceived Quality , and Brand Advocacy on Buying Interest Wardah Brand Cosmetics in East Java UPN " Veteran " Students. 3(9), 3339–3350.*
- Ruslim, T. S., Widjaya, O. H., & Setiawan, J. R. (2023). *Niat Pembelian Kembali Konsumen Smartphone (Studi pada Konsumen Generasi Z). 3(2), 67–78.*
- Sarah, K. S., Hurriyati, R., & Hendrayati, H. (2021). Analisis Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Clothing Linkswear. *Jurnal Manajemen*, 12(3), 397. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v12i3.4877>
- Setyaningsih, F. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230. <https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Sofa, A. Y., & Parmariza, Y. (2023). Pengaruh Kepercayaan Merek, Country of Origin, dan Desain Produk pada Minat Beli Mobil. *Kajian Branding Indonesia*, 5(1), 51. <https://doi.org/10.21632/kbi.5.1.51-66>
- Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web* (berilustra). John Wiley & Sons. <https://books.google.co.id/books?id=AUczMkQo5F4C&lpq=PP1&hl=id&pq=P A118#v=onepage&q&f=false>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Ed. 2 ; Ce). ALFABETA.
- Tasari, E., S, A. J., & Wijayanto, W. (2024). *Pengaruh Citra Merek, Fitur Produk, Kualitas Produk, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Cuci Di Purbalingga. 21, 270–278.*
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*. Andi.
- Tuten, T. L. (2008). *Advertising 2.0: Social Media Marketing in a Web 2.0 World* (berilustra). Bloomsbury Academic.

- Utami, D. P., & Trifiyanto, K. (2022). Pengaruh Product Features, Advertising Attractiveness, dan Celebrity terhadap Keputusan Penggunaan Platform Media Sosial Tiktok. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 178–193. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.139>
- Yuliana, A., Sukoco, H., Farisi, H., Studi Manajemen, P., & Nahdlatul Ulama Purwokerto, U. (2023). Digital Marketing Training and Product Packaging Label Design for Umkm Banana Chips “Banana Chips” in Dawuhan Village, Banyumas Regency. *Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(6), 1965–1971.
- Yunanta, A. J. (2024). *PENGARUH PROMOSI, RATING, DAN, CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA ONLINE SHOP TOKOPEDIA (STUDI PADA MAHASISWA SI STIESIA SURABAYA) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*. 1–17.
- Zulaiha, Z., & Dimiyati, L. (2023). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Pengguna Produk Johnson’s Baby Di Desa Rantau Kasai Kecamatan Lintang Kanan Kabupaten Empat Lawang). *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 1005–1014. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v11i1.3287>