

## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. A., Aisyah, S., & Ramadhani, S. (2022). ***Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Celebrity Endors Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow***. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Keuangan Syariah*, 3(2), 133–143. <https://doi.org/10.53491/oikonomika.v3i2.481>
- Al-Ashar, N., Dahlan, M., & Bustan. (2022). ***Psm Fans 1915: Suporter Casual Ultras Persatuan Sepakbola Makassar Di Kota Makassar***. *Alliri: Journal of Anthropology*, 4(1), 1–8.
- Anggi Prayogi. (2020). ***Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di C59 Bandung***. Universitas Pasundan.
- Anik Suryaningsih. (2020). ***Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik***. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Teknologi*, Vol. 7 No.
- Ansori. (2015). ***Analisis pendapatan dan tingkat kesejahteraan rumah tangga petani. Paper Knowledge***. *Toward a Media History of Documents*, 3(April), 49–58.
- Asfihan, A. (2021). ***Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik***. *Fe Unisma*, July, 1–11. [http://fe.unisma.ac.id/Materi\\_Ajar\\_Dosen/Ekometrik/AriRiz/MA\\_Uji\\_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/](http://fe.unisma.ac.id/Materi_Ajar_Dosen/Ekometrik/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/)
- Atthariq, M., & Budiantoro, H. (2019). ***Komunitas Dakwah Jalanan Dalam Film Dokumenter Bidang Penyutradaraan***. *Universitas Pasundan*, 38–42.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). ***Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang)***. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169–1176. <https://doi.org/10.14710/jiab.2021.31511>
- Bimantara, I. M. W. (2021). ***Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik***. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108. <https://doi.org/10.23887/jjpe.v13i1.32312>
- Enggal, T. W., Bukhori, M., & Sudaryanti, D. (2019). ***Analisa Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Baju di Beberapa Departement Store di Kota Malang***. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(2), 61–70. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i2.116>
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). ***Pengaruh Kualiatas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada PT. Wahana Wirawan Manado***. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16521>

- Ghozali, I. (2018). ***Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 25***. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). ***Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang***. *Productivity*, 2(1), 69–72. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>
- Haerisma, A. S. (2018). ***Pengembangan Ekonomi Kreatif Bidang Fashion Melalui Bauran Pemasaran***. *Al-Amwal : Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syari'ah*, 10(1), 91. <https://doi.org/10.24235/amwal.v10i1.2831>
- Hendika, F., & Nuraeni, N. (2020). ***Globalisasi Hooliganisme terhadap Suporter Sepak Bola di Indonesia***. *Jurnal Hubungan Internasional*, 13(1), 121. <https://doi.org/10.20473/jhi.v13i1.18269>
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). ***Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik)***. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209–215. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27985>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). ***Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion***. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>
- Japlani, A. (2020). ***Pengaruh Harga Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Butik di Kota Metro Lampung***. *Jurnal Manajemen*, 14(2), 168–177.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). ***Principles of Marketing (17th ed.)***. Pearson.
- Kotler, P & Keller, K, L. (2016). ***Marketing Management***. In *Marketing Management*. Pearson.
- Kottler, P & Keller, K, L. (2016). ***Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age***. Cambridge: IGI Global.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). ***Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Tombatu Timur Kabupaten Minasa Tenggara***. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 2. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnalilmiahsociety/article/download/38118/34843/81259>
- Marbun, R. K. (2021). ***Pengaruh Penggunaan Celebrity Endorser Dalam Sosial Media Instagram Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Followers Selebgram Chelsea Islan)***. 44–59.

- Mayasari, S., & Safina, wan dian. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Restoran Ayam Goreng Kalasan Cabang Iskandar Muda Medan*. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Moriansyah, L. (2015). *Pemasaran Melalui Media Sosial : Antecedents Dan Consequences Social Media Marketing : Antecedents and Consequenc-*. *Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 187–196.
- Napitu, R., Sriwiyanti, E., & Munthe, R. N. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Miyukie Florist Pematangsiantar*. *Jurnal Ekonomi Integra*, 12(2), 154–165. <http://journal.stieip.ac.id/index.php/iga>
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Prespektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nasution, M. A. (2019). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan*. *Jurnal Warta Edisi :* 59, 59, 290572. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php>
- Novitasari, P. I. (2024). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan*. *Holistic Journal of Management Research*, 9(2), 12–24. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v9i2.4480>
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Uji Normalitas Data dan Homogenitas Data*. *Dasar - Dasar Statistik Penelitian*, 81, 90–91. [http://lppm.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/Buku-Ajar\\_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf](http://lppm.mercubuana-yogya.ac.id/wp-content/uploads/2017/05/Buku-Ajar_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf)
- Panji Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2020). *Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap*. *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://e-journal.stieaub.ac.id/index.php/excellent%0Ahttps://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Pratiwi, G., & Lubis, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan UD Adli di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan*. *All Fields of Science Journal Liaison Academia and Society*, 1(3), 27–41. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v1i3.83>
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah, F. (2020). *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.47065/jbe.v1i1.56>
- Purwanto, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta*. *Thesis*, 1–23.
- Rezky, M., Tinneke, M., Tumbel, M., Kalangi, J. A. F., Studi, P., & Bisnis, A. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado*. *Productivity*, 3(6), 520–524.

- Sari, Y. (2016). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Industri Garment*. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(1), 255160.
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*. *Jurnal Mirai Management*, 8(1), 206–211. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/download/4054/2644>
- Shaleh, A., & Furrie, W. (2020). *Peran Public Relations Dalam Pemanfaatan Instagram Sebagai Alat Publikasi Untuk Meningkatkan Layanan Masyarakat Di Puskesmas Kecamatan Cilincing (Studi Kasus Pada Akun Instagram @ puskesmascilincing)*. *LUGAS Jurnal Komunikasi*, 4(1), 9–16. <https://doi.org/10.31334/lugas.v4i1.936>
- 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>
- Sugiyanto, I. (2017). *Analisis Faktor yang Berhubungan Dengan Dampak Penggunaan Media Sosial Oleh Remaja Di Sman Kota Pasuruan*. *Perpustakaan Universitas Airlangga*, 1–179. <https://repository.unair.ac.id/77624/>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sulistiyowati, W. (2017). *Buku Ajar Statistika Dasar*. *Buku Ajar Statistika Dasar*, 14(1), 15–31. <https://doi.org/10.21070/2017/978-979-3401-73-7>
- 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>
- Vandiah, H. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Celebrity Endorses Terhadap Minat Beli Produk Skincare Scarlett (Studi Kasus Mahasiswa Stei 2018 Yang Berbelanja Di E-Commerce)*. *Bab III Metode Penelitian*, 1–9.
- Vladimir, V. F. (2023). *Pengaruh Lifeshopping Terhadap Implusif Buying*. *Pengaruh Lifeshopping Terhadap Implusif Buying*, 1(69), 5–24.
- Williianti. (2020). *Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen*. *Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, Dan Kepuasan Konsumen*, 12(2004), 6–25.
- Yehezkiel, T. A. G. (2021). *Good Corporate Governance, Karakteristik Perusahaan Terhadap Tas Avoidance (Studi Empiris pada Perusahaan Infrastruktur, Utilitas, dan Transportasi yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2020)*. *Repository.Stei.Ac.Id*, 37–52. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/4512>

- Yesi S, R. (2020). ***Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Giant Supermarket Di Cikarang***. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 578–585.
- Yusuf, F. M. (2021). ***Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Skin Care Pada Klinik Kecantikan Ms Glow Bekasi***. *Metode Penelitian*, 32–41. <http://repository.stei.ac.id/5410/>
- Zakaria, Muhammad Ali and Ibrahim, Ibrahim and Utami, Y. (2020). ***Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survey online pada Mahasiswa Manajemen UPN Veteran Yogyakarta yang Membeli Produk Sepatu Adidas Menggunakan Instagram)***. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Upn “Veteran” Yogyakarta Call For Paper*, 9(4), 4444–4451.