

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022a). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Number 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Agustini, M. P., Komariah, K., Mulia, F., & Sukabumi, U. M. (2022b). Analysis Of Social Interaction Content Marketing And Influencer Marketing On Interest To Buy Cosmetic Products (Survey Of Dear Me Beauty Consumers In Sukabumi City) Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 3, Number 3). <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Akbar, R., Sukmawati, U. S., & Katsirin, K. (2024). Analisis Data Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Pelita Nusantara*, 1(3), 430–448. <https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.350>
- Al-Wahidah, F. Y., & Fani, R. (2025). Analisis Pengaruh Konten Short Video Tiktok dan Kepercayaan E-WoM terhadap Keputusan Pembelian Produk Outdoor Eiger pada Organisasi Mapala UT Jakarta. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 6794–6803. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4607>
- Anam, C., Indra, P., Husna, A., Wahyuni, I., Tinggi, S., & Al-Anwar, I. E. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 6(1).
- Azizah Nur, & Chalimatusadiah. (2025). Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian Pemahaman Konsep Dasar Aljabar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9, 6637–6643.
- Az-Zahra, P., Sukmalengkawati, A., & Yas Anggana, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen. *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(3), 2022.
- Brawijaya, U., Permana, A. A., Hadi Wijoyo, S., & Perdanakusuma, A. R. (2024). *Fakultas Ilmu Komputer Analisis Pengaruh Live streaming Shopee*

-oleh Influencer terhadap Minat Beli Konsumen di Kalangan Mahasiswa (Vol. 1, Number 1). <http://j-ptiik.ub.ac.id>

Dwi Susilowati. (2023). VOLUME+1,+NO.+3,+September+2023+hal+156-170. *Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen, 1*, 156–170.

Elsa Maria Sihaloba, Debbi Petra, & Injen Pardamean. (2023). Pengaruh Online Customer Rating Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Di Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Hkbp Nommensen Pematang. *Jurnal Sains Student Research, 1*, 380–390.

Fauziah, Y., Dwikotjo, F., Sumantyo, S., & Ali, H. (2023). Pengaruh Online Consumer Review, Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *JKIS, 1*(1). <https://doi.org/10.38035/jkis.v1i1>

Geraldi, L., & Karunia Tunjungsari, H. (2023). Pengaruh Kredibilitas dan Citra Influencer pada Konsumen Scarlett Purchase Intention. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan, 05*.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26* (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Haifarashin, R., Furnamasari, Y. F., & Dewi, D. A. (2021). Pemahaman siswa tentang kewajiban dan hak warga negara. *Jurnal Pendidikan Tambusai, 5*(3), 7261–7265.

Halim, A., & Tyra, M. J. (2021). *Buletin Ekonomi*.

Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian Penerbit CV.Eureka Media Aksara* (Mahir Pradana, Ed.; 1st ed.). Eureka Media Aksara.

Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran: Conceptual Paper*. <http://jurnal.stiekma.ac.id/index.php/JAMIN>

Krisdayanto, A., & Nugroho, A. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Generasi Z. *Jurnal Mirai Management, 8*(2), 145-156

Kusumasari, I. R., & Bara Kusuma, Y. (2025). The Influence of Conformity, Brand Image and Hedonic Life Style on Consumer Behavior and Consumer Loyalty of Shopee E-Commerce Users in the City of Surabaya. In *International Journal of Science and Society* (Vol. 7, Number 1). <http://ijsoc.goacademica.com>

- Lathifah, K. A., Lathifah, A., Wahyono, D., Yessa, F., Wardi, Y., & Prasetya, A. (2024). Artikel Nusantara Entrepreneurship and Management Review Strategi Pemasaran Digital dalam Industri Fashion Online: Sebuah Analisis Sistematis. In *NEMR* (Vol. 2, Number 1). <https://journal.unusida.ac.id/index.php/nemr/>
- Mahardini, S., Gryffin Singal, V., Hidayat, M., Tinggi, S., & Yai, I. E. (2023). Pengaruh Content Marketing dan Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Aplikasi tik-tok di Wilayah DKI Jakarta. <http://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Mahda, A., Zuhra, A., & Handayani, W. (2024). Analisis Content Marketing Pada Instagram @Foreverbloomjewelry Dalam Meningkatkan Minat Pembelian. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 2024(19), 190–199. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14043143>
- Marsha Putri, S., & Rosmita. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9*.
- Mawa, S. F., & Cahyadi, I. F. (2021). Pengaruh Harga, Online Customer Review dan Rating Terhadap Minat Beli di Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Kudus Angkatan 2017). *BISNIS : Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 9(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v9i2.11901>
- Mawardy, R. N., Lestari, W. D., Manajemen, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Product Quality dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (studi kasus pada konsumen mie gacoan di surakarta). In *Jurnal Bisnis dan Manajemen* (Vol. 3, Number Mei).
- Meisyaroh, R. W., & Rismawati. (2024). Pengaruh Influencer Marketing, Customer Relationship Marketing, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening Rismawati Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. <https://compas.com.id/article/penjualan-produk>
- Mustika Hapsari, F., & Setya Marwati, F. (2022). Pengaruh customer review, customer rating, dan celebrity endorser terhadap minat beli melalui kepercayaan di online shop Shopee. *Online) JURNAL MANAJEMEN*, 14(1), 2022–2091. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10747>
- Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023a). Peran Influencer Dalam Konten Marketing dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada

- Produk Maybelline. *jurnal economina*, 2(10), 2791–2805. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.904>
- Nanda Aldiansyah, & M Noorman Mulyadi. (2023). nanda aldiansyah. *Indonesian Journal of Economic and Business (IJEB) Vol. 1, No. 1, June 2023*, 48-58, 1.
- Nefrida, Riati, & Riyadi Mustofa. (2022). *Pengaruh Content Marketing Terhadap Minat Berbelanja Online Pada Media Instagram (Studi kasus : Mahasiswa STIE Persada Bunda di Pekanbaru)* (Nefrida; Riati; Riyadi Mustofa) (Vol. 1, Number 2). <https://andi.link/hootsuite-we-are-social->
- Nurdiana, Pristiyono, & Mulkan Ritonga. (2023). Analisis Pemasaran Interaktif Dalam Menarik Minat Konsumen Berbelanja Online Dan Kepuasan Berbelanja. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 3(4), 380–389. <https://doi.org/10.47065/jtear.v3i4.599>
- Permana, A., & Arianty, N. (2025). Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Marketplace Shopee Di Kota Medan. *MARGIN ECO: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5.
- Putri, P. M., & Marlien, R. A. (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ramahdani, L., Lestari Sitio, A., & Syafuan Zairie, M. (2022). *Peran Strategis Internet Dalam Pemasaran Global The Strategic Role of the Internet in Global Marketing*.
- Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(2), 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>
- Resya, R. M., Ramdan, A. M., Deni, R., & Danial, M. (2025). Analisis Brand Ambassador dan Content Sosial Media Marketing Dalam Meningkatkan Minat Beli Produk Fashion. *Kajian Pendidikan Ekonomi Dan Ilmu Ekonomi*, 10 Nomor 1.
- Rofiudin, M., Shabry, M., & Juniarsa, N. (2022). Pengaruh Harga dan Fitur Layanan terhadap Minat Beli Konsumen Tokopedia Pasca Covid 19 di Malang raya. In *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial* (Vol. 19, Number 2).
- Sakti, T. A., & Deslia, I. F. (2024). Analisis Isi Konten Marketing Akun Instagram @mop.beauty Dalam Meningkatkan Engagement Followers.

- Salimi, A., Nisah Alidrus, K., Pendidikan Guru Sekolah Dasar, S., Alidrus, N., Salimi í, A., Author, C., & Guru Sekolah Dasar FKIP, P. (2023). Pengaruh Penggunaan Mind Mapping Terhadap Hasil Belajar IPS Kelas V sdn 21 Pontianak Timur. <https://doi.org/10.26418/JJPK.V12I9.7137>
- Sari, D.P., & Rahmawati, E. (2022). Analisis Efektivitas Social Media Influencer dalam Mempengaruhi Minat Beli Produk Fashion Lokal. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen Bisnis (JKMKB)*, 3(1), 45-46
- Sholihah Khalifah, Wibowo Agus, & Dianta Karunia. (2023). The_Influence_of_Entrepreneurship_Education_Entrep. *Jurnal Usaha, Vol 4, No 1*.
- Sifadila, B., Damayanti, D., Afrisal, F., Rahma, P. A., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2026). Analisis Strategi Pemasaran Digital dan Brand Image Eiger dalam ekspansi pasar global (studi kasus: eiger indonesia). *Jurnal*, 2(2), 238–243.
- Sudirjo, F., Purwati, T., Unggul Budiman, Y., & Manuhutu, M. (2023). Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-commerce. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7 Nomor 2, 7524.
- Sukirman, R., Kumalasari, F., & Hendrik. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Marketplace Shopee. *Journal of Trends Economics and Accounting Research*, 4(1), 152–159. <https://doi.org/10.47065/jtear.v4i1.845>
- Tantowi, B. F., & Bagus Fajar. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger (Studi di Outlet Eiger Manyar Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Taolin, A. J., Kurniawati, M., Aman, D. K. T., Fanggidae, A. H. J., & Manajemen, P. (2025). Pengaruh Content Marketing dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Produk Eiger di Kota Kupang.
- Tonda, F., Ali, H., & Khan, M. A. (2024). Pengaruh Promosi dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Manajemen dan Pemasaran digital, Vol 2, No 3*. <https://doi.org/10.38035/jmpd.v2i3>
- Ustadriatul Mukarromah, Mirtan Sasmita, & Lilis Rosmiati. (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.
<https://doi.org/10.37366/master.v2i1.444>

Wiranto, H., & Amron, A. (2024). Peran media sosial, citra merek, dan persepsi harga dalam meningkatkan minat beli Konsumen Produk Eiger di Kota Semarang. *Journal of Management and Digital Business*, 4(2), 326–337.
<https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i2.1018>

Zahra Nabillah, A., Ivan Taruna, H., Raya No, K., Senen, kecamatan, & Pusat, J. (2023). Pengaruh Media Sosial Promosi, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Skincare Somethinc (Studi Kasus Pada Gen-Z Di Jabodetabek). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3, 64–73.