

DAFTAR PUSTAKA

- Aisa, B. (2021). Pengaruh Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Pakaian Secara Online (Studi pada Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah (Angkatan Tahun 2017). *Institut Agama Islam Negeri Palopo*.
[http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4141/1/AISA%20B%20SKRIP SI.pdf](http://repository.iainpalopo.ac.id/id/eprint/4141/1/AISA%20B%20SKRIP%20SI.pdf)
- Amalia, A. C., & Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL*, 20(2), 51-59. <https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Candra Dini, I. T., & Hartadi, A. (2023). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Ice Cream (Studi Kasus di Mixue Yogyakarta). *JBMA : Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(2), 178.
<https://doi.org/10.54131/jbma.v10i2.170>
- Case, K. E., & Fair, R. C. (2007). *Principles of Economics*. Pearson/Prentice Hall.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2011). *Manajemen pemasaran : analisis perilaku konsumen*. BPFE YOGYAKARTA.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern (Sebuah Studi Literatur). *Jurnal Eksekutif*, 15(1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Ilmiah Prismakom*, 18(1). STIE Yasa Angggana Garut.
- Nurtjahjani, H. (2012). *Hubungan Antara Persepsi Terhadap Harga Dan Kualitas Produk Dengan Minat Membeli Produk Fashion Online Shop Di Facebook Pada Mahasiswa Politeknik X Semarang*. Jurnal Universitas Diponegoro. <https://doi.org/10.14710/jpu.11.2.8>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. Jurnal Universitas Mulawarman Samarinda.
<http://dx.doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Rachman, A., Yochanan, E., Samanlangi, A. I., & Purnomo, H. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Saba Jaya.
- Reza Nur, & Yoestini. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram Dan Tiktok Di Kota Magelang. *Jurnal Universitas Diponegoro*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*.