

DAFTAR PUSTAKA

- Adyas, D., & Khairani, A. (2019). Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kualitas Pesan Iklan Frekuensi Penayangan Iklan Terhadap Efektivitas Iklan TV Tokopedia. *Jurnal Riset Bisnis, Vol 2 (2)*, 95–101.
- Amin, M. Al, Widarko, A., & Arsyianto, M. T. (2019a). *Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019)*. Vol. 12 No. 01, 1181–1192.
- Amin, M. Al, Widarko, A., & Arsyianto, M. T. (2019b). Pengaruh Green Product, Green Price, Green Place, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Unisma Angkatan 2019). *E-Journal Riset Manajemen, Vol. 12 No. 01*, 1181–1192.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen, Vol. 4 no.1*, 39–50.
- Azis, A. N., & Sofyan, A. (2021). Hubungan antara Daya Tarik Iklan Instagram Nah Project dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi, Vol, 1 No. 1*, 17–22.
- Batu, R. L., Afifah, Fi. N., Baihaqi, H., & Pramesti, I. (2019). Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta). *JIM UPB, Vol. 7 No.1*, 112–119.
- Beddu, M., Nurbakti, R., & Muin Saripah Aryanti Rasyid. (2022). *Pengaruh Ekuitas Merek dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Polo T- Shirt Pada PT. Kaos'Ta Sukses Mulia Kota Parepare*. Vol.2(2), 89–94.
- Darmansah, A., & Yosephana, S. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur*. Vol.1 No.1, 15–30.
- Halim, N. R., & Iskandar, D. A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat Beli . *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis, Vol.4, No.3*, 415–424.
- Hanapi, M. S., & Sriyanto, A. (2018). *Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Tetismoni Terhadap Keputusan Pembelian* .
- Hardani, Auliya, Andriani, Fardani, Ustiawaty, Utami, Sukmana, & Istiqomah. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif* (H. Abadi, Ed.). Pustaka Ilmu.

- Iwan, & Asron, S. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indocafe Pada PT Prima Bintang Distribusindo. *MAGISMA, Vol. 8 No.2*, 17–24.
- Jacob, A. A., Lapian, S. L. H. V. J., & Mandagie Yunita. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB Unsrat. Vol. 6 No.2*, 988–997.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). *Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening variabel pada E-commerce Shopee. Vol 14 No. 1*, 35–43.
- Komalasari, F., Christiano, A., & Eko, G. (2021). Factors Influencing Purchase Intention In Affecting Purchase Decision: A Study of E-Commerce Customer In Greater Jakarta. *Bisnis & Birokrasi: Jurnal Ilmu Administrasi Dan Organisasi, Vol. 28 No.1*, 1–12.
- Kuspriyono, T. (2018). *Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Apartemen Meikarta. Vol. 18 No. 1*, 59–66.
- Pasha, I. S., & Budiman. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi TIX ID*. 1–10.
- Pitamakoro, P., & Wijaya, T. (2018). *Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (Studi Kasus Pada Top Coffee di Yogyakarta)*. 84–92.
- Rahmawati. (2018). *Pengaruh harga dan minat beli terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee. Vol. 2 No.4*, 143–150.
- Ramadhani, A. N., & Masitoh. (2019). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. Vol. 11 No.3*, 135–143.
- Riyanto, K., & Suriyanti. (2021). *Pengaruh Kepercayaan, Desain Website Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada tiket.com Di Bekasi. Vol. 15 No.1*, 42–47.
- Rosdiana, E., Suharno, H., & Kulsum, U. (2018). *Pengaruh Harga, Keanekaragaman Produk, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee*. 13–23.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah MEA , Vol. 5 No. 3*, 1171–1184.
- Sari, S. P. (2020a). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen . Vol 8, No.1*, 147–155.
- Sari, S. P. (2020b). *Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen . Jurnal Ilmiah Psikologi, Vol. 8, No. 1*, 147–155.

- Sinambela, E. A., Sari, P. P., & Arifin, S. (2020). *Pengaruh Variabel Harga dan Citra Perusahaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wingsfood. Vol. 13 No.1*, 55–70.
- Solihin, dede. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mandiri.*, Vol. 4 No. 1, 38–51.
- Sumarto, L. M., Junipriansa, D., & Mustikasari, A. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Daya Tarik Iklan Melalui Media Sosial Instagram Bimbingan Belajar Ganesha Operation Tahun 2020. *E-Proceeding of Applied Scienc*, Vol.6, No.2, 823–830.
- Suryawijaya, H., & Rusdi, F. (2021). *Pengaruh Daya Tarik Iklan di Media Sosial Instagram terhadap Minat Beli Konsumen (Survei Terhadap Produk Sepatu Brodo di Kalangan Anak Muda Jakarta Barat)*. Vol. 5, No. 1, 60–66.
- Vania, I., & Simbolon, R. (2021). *Pengaruh Shopeefood Terhadap Minat Beli Pengguna Shopee (Di Daerah Tangerang Selatan)*.
- Widyana, N. A., Eldine, A., & Muniroh, L. (2019). Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 2, No. 1, 91–102.
- Zufaldi, M., Evanita, S., & Septrizola, W. (n.d.). *Pengaruh Daya Tarik Iklan, Harga dan Electronic Word of Mouth (eWOM) Terhadap Minat Pengguna Jasa Transportasi Online Grab di Kota Padang*. 01(01), 2019.