

DAFTAR PUSTAKA

- Adha, S. (2022). *Faktor Revolusi Perilaku Konsumen Era Digital: Sebuah Tinjauan Literatur*. 31.
- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFCARJUNA MEDAN PERJUANGAN)*. 11.
- Basuni, M., Setiadi, R., Fitralisma, G., & Ikhwan, S. (2023). *Analisis Pengaruh Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Online Masyarakat*. 16.
- Cahyaningtyas, R., & Wijaksana, T. I. (2021). *Pengaruh Review Produk dan Konten Marketing pada Tiktok Scarlett Whitening By Felicya Angelista*. 5.
- Elom Tampubolon. S.Pd., M. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelangan Pada PT. MATAHARI DEPARTEMEN STORE TBK. CABANG BINJAI*. 2.
- Ernestivita, G., & Subagyo. (2020). *Media Promosi Produk UMKM dengan Menggunakan EPIC Model*. 7.
- Faiqoh, N. K., Soedarto, T., & Rizkiyah, N. (2023). *Pengaruh Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Ayam Broiler di Pasar Modern Kota Bekasi*. 7.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador Dan Brand Image (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3.
- Firmansyah, D. M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA.
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo*.
- Mardiayanti, & Andriana, A. N. (2022a). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. 10.

- Mardiayanti, & Andriana, A. N. (2022b). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk serta Review Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. 10.
- Moch. Bahak Udin By Arifin, M. P. I., & Aunillah, M. S. (2021). *Buku Ajar Statistik Pendidikan*. UMSIDA Press.
- Nofrizal, Sucherly, Juju, U., Khairani, Z., Soviyanti, E., Hadiyati, & N., A. (2023). *Can Product Quality Improve Purchase Decisions in E-Commerce and Social Media through Customer Loyalty and Trust?*
- Pautina, Y. B., Ismail, Y. L., & Abdussamad, Z. K. (2022). *Pengaruh Kepercayaan Dan Kemudahan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Aplikasi Belanja Online Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo)*. 5.
- Pop, R.-A., Săplăcan, Z., Dabija, C., & Alt, M.-A. (2021). *The impact of social media influencers on travel decisions: the role of trust in consumer decision journey*.
- Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam*. 6.
- Rizky, F. A., Sentosa, E., & Nursina. (2023). *Pengaruh Pengetahuan Kewirausahaan, Kualitas Produk, Dan Keterampilan Wirausaha Terhadap Keberhasilan Pedagang Cabai PD Jaya Pasar Induk Kramatjati Jakarta Timur*. 6.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan*.
- Santoso, P. H., Darmasari, R., & Hendry. (2022). *Purchase Decision Analysis Review of Price, Product Variation, and Distribution*. 2.
- Siregar, A. M. (2022). *Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian*. 21.
- Sugiyono, P. D. (2022). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.

- Syafrida Hafni Sahir. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). *Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen*. 5.
- Wahyuni, T., & Zuhriyah, A. (2020). *Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Puduk di Toko Sara Kelapa*. 1.
- Wardani, D. S. D. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening*. 5.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Usia Sebagai Moderator*. 11.
- Wijaya, G. E., & Kuswoyo, C. (2022). *Pengaruh kemenarikan desain website dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee*. 6.