

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Anwar, R. N., & Wardani, F. A. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(6), 1370–1379.
- Ardhiansyah, A. N., & Marlina, N. (2021). Pengaruh social media marketing dan e-wom terhadap minat beli produk geoffmax. *AKUNTABEL: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan*, 18(3), 379–391.
- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada PT Nirwana Gemilang Property. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(2).
- Ayu Firdayanti, Daru Amalia Putri, Dede Risuandi, & Raissa Niar Ramadhini. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: PROMOSI DAN ENDORSEMENT. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 191–200.
- Azizah, D. U., & Rafikasari, E. F. (2022). Pengaruh Content Marketing dan Social Media Marketing Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen@ Souvenirmurah_Ta Di Masa Pandemi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 2(1), 135–146.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif*, 1, 130.
- Daninzia, R., & Samsudin, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 5(2), 4490–4501.
- Delicia Tungka, Michaela M Lionardo, Sienny Thio, & Vido Iskandar. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING PADA INSTAGRAM TERHADAP MINAT BELI CHATIME INDONESIA. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 8 nomor 2, 77–87.
- Desinta Fajar Fitriana, & Nur Achmad. (2024). Pengaruh Influencer Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pada Live Streaming Tiktok Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada

Konsumen Locana Label). *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 4 Nomor 2, 1–15.

Dian Mawarsari, V. (2023). *Analisis Korelasi Product Momen Pearson*. 11.

Florence Sukmawati Jaya, & Hasyim. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Merek Minuman Menantea. *SINOMIKA JOURNAL*, 2 nomor 5, 819–832.

Hafni Sahir, S. (2021). *Metode Penelitian*. Penerbit KBM Indonesia.

Handayani, H. (2023). Implementasi Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Konsumen: Pendekatan Digital Marketing. *Jesya*, 6(1), 918–930. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.1023>

Jati, W., & Yuliansyah, H. (2017). Pengaruh strategi pemasaran online (online marketing strategy) terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 125.

Keller, K. L., & Kotler, P. (2015). Holistic marketing: a broad, integrated perspective to marketing management. In *Does marketing need reform?: Fresh perspectives on the future* (pp. 308–313). Routledge.

Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>

Maya Nur Akmalia, & Kartika Anggraeni Sudiono Putri. (2024). *PERAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN KEDAI JUKUNG BALI*. 6 nomor 1, 147–157.

Niken Puspita Sari, & Tri Sudarwanto. (2022). PENGARUH CELEBRITY ENDORSER DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN SKINCARE MS GLOW (Studi Pada Konsumen MS Glow di Jawa Timur). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 25–40. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i2.345>

Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Batam Center. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 6(2).

Pratama, R. A. (2022). Pengaruh Media Sosial, Modernitas, Dan Kualitas Layanan Online Terhadap Minat Beli:(Survei Terhadap Pengguna Marketplace Shopee Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Angkatan 2018-2021 Universitas Perjuangan Tasikmalaya). *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(4), 337–344.

- Reksi Daninzia Ramadhanti, & Acep Samsudin. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 1–12.
- Rifin Khong, & James Tandiwan. (2024). Pengaruh Citra Merek, Variasi Menu, dan Pemasaran Sosial Media terhadap Minat Berkunjung Kembali pada Restoran Dimsum Mamatjoe Medan. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma)*, 04 nomor 01, 45–58.
- Rofik Priyanto. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3 nomor 2, 898–906.
- Ronauli Sitanggang, Y. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online Di Kota Batam*. 45.
- Satriyo, B., Indriana, Y., & Ridlo, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, E-Service Quality, dan Review Content terhadap Minat Beli pada UMKM Produk Organik. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(4), 1563–1571.
- Sugiyono, S. (2021). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D (Catatan Ke)*. Yogyakarta.
- Tanti Wijayanti, Citra Savitri, & Syifa Pramudita Faddila. (2024). Pengaruh Content Marketing Instagram Dan Celebrity Endorsement Terhadap Minat Beli Konsumen Bittersweet By Najla (Studi Pada Followers Instagram Bittersweet By Najla Karawang). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5 nomor 1, 1–12.
- Wintaria, A., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera di Batam. *ECo-Bus*, 133.
- Zahra Dhaefina, Merza Nur AR, Pirmansyah, & Vicky F. Sanjaya. (2021). PENGARUH CELEBRITY ENDORSEMENT, BRAND IMAGE, DAN TESTIMONI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK MIE INSTAN LEMONILO PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *JURNAL MANAJEMEN*, 7 Nomor 1, 1–6.