

DAFTAR PUSTAKA

- aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Yang Di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4, 377–386. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V4i1.331>
- Afriyani, R., & Batu, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Milenial. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 112–120.
- Aisyah, N., & Rosyidi, U. (2023). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Platform E-Commerce. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 81, 55–64.
- Andrianto, R. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Pemasaran Digital Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Hp (Studi Kasus Pada Konsumen Toko Enterkomputer)*. (0), 1–23.
- Anggraini, F., & Ahmadi, M. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Di Kalangan Generasi Z: Literature Review. *Journal Of Management And Creative Business*, 3(1), 62–73.
- Anggriani, F. (2023). *Strategi Pemasaran Dan Manajemen Kualitas Produk*. Penerbit Sejahtera.
- Arianto, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3, 12. <https://doi.org/10.32493/Jpkpk.V3i2.4075>
- Ashill, N. J., Sinha, A., & Thakur, R. (2023). The Role Of Social Media Influencers In Shaping Consumer Brand Engagement: A Study In Emerging Market. *Journal Of Interactive Marketing*, 6(1), 85–98.
- Ayaumi, N., & Komariah, S. (2021). Analisis Regresi Dalam Penelitian Kuantitatif: Uji T Dan Uji F Dalam Pengujian Hipotesis. *Jurnal Statistika Dan Analisis Data*, 4(3), 150–160.
- Batubara, R., & Rustam, R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Manufaktur. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 15(1), 45–54.
- Cahyono, A., & Wibawani, A. P. (2022). Analisis Pengaruh Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomi Dan Digitalisasi Bisnis*, 6(2), 101–110.
- Dwidienawati, D., Tjahjana, D., Abdinagoro, S. B., & Gandasari, D. (2020). The Role Of Online Customer Review On Purchase Intention: A Perspective Of Consumer Behavior. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 15–24.
- Fathurrahman, M., Triwardhani, D., & Argo, J. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla. *Prosiding Senapenmas*, 1209. <https://doi.org/10.24912/Psenapenmas.V0i0.15157>
- Gityandraputra, G. (2020). Influencer Marketing: Strategi Efektif Dalam Kampanye Digital. *Penerbit Digital Nusantara*.
- Gunawan, M. (2022). *Manajemen Kualitas Produk Dan Pelayanan*. Penerbit Mitra Pustaka.
- Hadi, S., Prabowo, H., & Lestari, D. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 45–54.
- Handika, R., & Darma, D. C. (2021). Peran Influencer Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Media Sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 112–120.
- Hutabarat, J. R. (2020). Strategi Influencer Marketing Di Era Digital. *Penerbit Media Sahabat Cendekia*.
- Hutomo, A., Marditama, T., Limakrisna, N., Sentosa, I., Lee, J., & Yew, K. (2020). *Green Human Resource Management, Customer Environmental Collaboration And The Enablers Of Green Employee Empowerment: Enhancing An Environmental Performance*. 1(2), 358–372. <https://doi.org/10.38035/Dijefa>
- Ibrahim, A., & Rusdiana, R. (2021). Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Penerbit Gema Ilmu*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). Pengaruh Ulasan Produk, Kemudahan, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee Di Mojokerto. *Maker: Jurnal Manajemen*, 6(1), 31–42. <https://doi.org/10.37403/Mjm.V6i1.143>
- Kadek, A. P., Wulandari, S., & Pramana, I. G. (2022). Pengaruh Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Platform E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 7(2), 12–21.
- Lahitani, Y., & Indah, S. (2022). Analisis Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Dalam Studi Kuantitatif. *Jurnal Penelitian Sosial Dan Humaniora*, 7(1), 75–83.
- Lengkawati, E., & Saputra, R. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis Digital*, 5(1), 25–34.
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.43524>
- Maharani, N. (2023). Pengaruh Online Customer Review Dan Online Customer Rating Terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora Cheek & Liptint Di Shopee (Studi Pada Pelanggan Implora Cosmetics Di Desa Bangun Sari). *Repositori Universitas Medan Area*.
- Mangora, F., & Napitupulu, M. (2023). Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Umkm. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 45–53.
- Martini, L. K. B., Adnyani, D. N. S., & Suryasa, W. (2022). Customer Review Credibility And Diagnosticity On Online Purchase Intentio. *International Journal Of Health Sciences*, 6(5), 12–22.
- Maryati, & Khoiri. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Masyithoh, L., & Novitaningtyas, D. (2021). Analisis Regresi Klasik: Uji Asumsi Dan Penerapannya Dalam Penelitian Sosial. *Jurnal Ekonomi Dan Sosial*

- Humaniora*, 5(2), 98–106.
- Maulana, R., Pratama, A., & Dewi, S. (2021). Strategi Pemilihan Influencer Instagram Dalam Pemasaran Digital: Studi Pada Merek Lokal. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis Digital*, 5(2), 88–96.
- Meutia, R. (2020). *Manajemen Kualitas Produk: Konsep Dan Implementasi*. Penerbit Suka.
- Mokodompit, D., Salendu, A., & Maramis, R. (2022). Pengaruh Ulasan Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Di E-Commerce. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 13(1), 45–53.
- Mokodompit, H. Y., Lapian, J., & Roring, F. (2022). Pengaruh Online Customer Rating, Sistem Pembayaran Cash On Delivery Dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Di Tiktok Shop (Studi Pada Mahasiswa Dan Alumni Equil Choir Feb Unsrat). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 975. <https://doi.org/10.35794/Emba.V10i3.43393>
- Ningsih, M. G., & Siagian, M. (2024). Pengaruh Keberagaman Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Batam Center. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 192–204. <https://doi.org/10.32493/Drb.V7i1.38093>
- Prasetio, A., & Purnamawati, E. D. (2023). The Role Of Brand Ambassador And Electronic Word Of Mouth Towards Purchase Intention. *Jdm (Jurnal Dinamika Manajemen)*, 14(1).
- Purwadinata, I., & Batilmurik, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Lokal. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 8(2), 101–110.
- Purwanto, F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Yogyakarta. *Thesis*, 1–23.
- Riadana, S., & Sunarsi, D. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Dalam Pengujian Hipotesis Sosial. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial*, 5(1), 88–96.
- Rodrigues, M., Manaf, N. A., & Arinda, N. (2023). Gen Z's Purchase Decision Of Branded-Preloved Clothing: Do Islamic Consumption Principles Influence Their Decisions? *Ekonimika Syariah. Journal Of Economic Studies*, 8(1), 21–35.
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Private Label (Studi Kasus Pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331–340. <https://doi.org/10.22437/Jpe.V17i2.16110>
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., & Syahputri, R. R. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening. Al-Kharaj. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 27–42.
- Sari, M., & Hidayat, R. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital: Pendekatan Influencer Marketing. *Penerbit Media Cendekia*.
- Sartika, D. (2020). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Media Sosial. *Penerbit Cahaya Ilmu*.

- Setiyana, A., Fadillah, R., & Wijaya, A. P. (2021). Indikator Kualitas Produk Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 14(3), 101–110.
- Simbolon, F. P., Handayani, E. R., & Nugraedy, M. (2020). The Influence Of Product Quality, Price Fairness, Brand Image And Customer Value On Purchase Decision Of Toyota Agya Consumers A Study Of Low Cost Green Car. *Binus Business Review*, 11(3).
- Sinulingga, S. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit. Cv. Budi Utama.
- Sugiarti, E. (2021). *Perilaku Konsumen Dalam Era Digital*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung. Alfabeta.
- Taylor, D. G. (2020). Authenticity And Credibility In Influencer Marketing: Insights From Chen And Yuan's Study On Social Media Followers. *Journal Of Digital Marketing Research*, 12(3), 42–55.
- Wardhana, A. (2024). *Influencer Marketing Dalam Pemasaran Media Sosial*.
- Wati, D. M., Sari, I. F., & Fadilah, N. (2021). Pengaruh Ulasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Platform E-Commerce. *Jurnal Pemasaran Digital Dan Bisnis Online*, 9(1), 25–34.
- Widayanto, W., & Ilhamalimy, R. R. (2021). Determination Of Trust And Purchase Decisions: Analysis Of Brand Image And Price (Marketing Management Literature Review). *Dinasti Intrnational Journal Of Management Science*, 2(3), 07–15.
- Wulansari, R., & Hayuningtias, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Dan Bisnis Digital*, 11(1), 34–42.
- Yuniati, Y., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Import, Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Thrifting Di Batam. *Seiko : Journal Of Management & Business*, 6(2).
- Yunita, F. (2021). *Dasar-Dasar Manajemen Kualitas Produk Dan Layanan*. Penerbit Edisi Utama.