

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya Pratama, G., & Surya Kusuma, A. (2024). Kepercayaan di Internet: Studi Kasus pada Korban Layanan Top Up Game Online di Media Sosial. *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika Dan Komunikasi (JIMIK)*, 5(3), 2300–2312. <https://journal.stmiki.ac.id>
- Agnes Dwita Susilawati, Ahmad Hanfan, & Fetalia Haryanti Anugrah. (2021). Pengaruh Brand Image, Brand Ambassador, Word Of Mouth dan Testimony In Social Media terhadap Keputusan Pembelian Hijab Sulthanah di Kota Tegal. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 35–43. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v6i1.470>
- Badri, J., & Safitri, T. S. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372–380. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1377>
- Bukran, B., Ramdani, R., & Irzani, M. A. Z. (2024). Dampak Testimoni terhadap Keputusan Berbelanja pada Pengguna Aplikasi Shope di Kota Mataram. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 4(3), 794–805. <https://doi.org/10.37481/jmh.v4i3.996>
- Damayanti, A., Arifin, R., & Rahmawati. (2023). Vol. 12. No. 01 ISSN : 2302-7061. *Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis*, 12(01), 510–518. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24170/18133#>
- Hamida Alifia Ar-Rasyi, H. (2024). *Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Media Marketing Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Konsumen Produk Nature Republic Di Kota Malang)*. 2(1), 183–193. <https://doi.org/10.61132/rimba.v2i1.556>
- Herawan, M. H., & Rachman, M. Y. (2021). Pengaruh Nilai Virtual Item

- Terhadap Intensi Pembelian Virtual Item dalam Game Online PUBG Mobile. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i1.207>
- Herry, G., & Widjaja, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Pada Brand Scarlett Whitening). *Jurnal Manajemen Riset Inovasi*, 2(3), 184–199. <https://prin.or.id/index.php/mri/article/view/3075/2889>
- Kausarani, N., & Sulaeman, E. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Boygoup Bangtan Sonyeodan Dan Minat Beli terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Market Place Tokopedia. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 572. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.825>
- Khairunnisa, K., Ansori, H., & Suryaningsih, Y. (2023). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Hots Materi Bangun Ruang Sisi Datar Untuk Siswa Smp Kelas Viii. *Jurmadikta*, 3(1), 33–45. <https://doi.org/10.20527/jurmadikta.v3i1.1446>
- Kotler, K. (2015). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lumi, C., Tumbel, A., & Ogi, I. (2021). Analisis Reference Group, Endorsment Dan Promotional Mix Terhadap Keputusan Top Up Dalam Game Mobile Pubg Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Ekonomi Manajemen Bisnis & Akuntansi*, 9(4), 821–830. <file:///C:/Users/ilham/Downloads/iogi2018,+09.+Christky+Kindly+Lumi.+O+K.pdf>
- Maulana, R., & Ali, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Aerostreet. *Jurnal Ilmu Multidisiplin*, 3(2), 127–138. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Mawita, F., & Susanti, F. (2023). 25. Brand Ambassador, Purchase Interest And Testimonies On Online Purchase Decisions In Instagrams In Students In Pandai Sikek Village. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)*, 2(2),

291–309. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i2.1663>

Muzdalifah, L., & Ilmiah, H. (2020). Pengaruh Testimoni Dan Daya Tarik Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Greenomika*, 2(2), 105–113. <https://doi.org/10.55732/unu.gnk.2020.02.2.3>

Nabil, N., & Dwiridotjahjono, J. (2024). Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi , Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2547–2562. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i10.2612>

Nuraeni, I. (2020). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Pauzi, M. R., Hadita, H., & Dovina, D. (2023). Pengaruh promosi dan harga terhadap keputusan pembelian melalui variabel intervening minat beli voucher game valorant (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Economina*, 2(9), 2453–2481. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.827>

Pratama, S. N., & Amirulmukminin. (2023). Pengaruh Testimoni terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Dan Tren*, 1(2), 90–95. <https://journal.lembagakita.org/index.php/ljit/article/view/1627/1161>

Pratiwi, A. P., & Damayanti, R. (2024). Pengaruh Persespsi Harga Dan Lokasi Usaha Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Kecantikan Pada Toko 999 Kayuagung. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(4), 9268–9277.

Purnama, L. W., & Novitasari, D. (2022). Brand Image Pemediasi Pengaruh Advertising Dan Brand Ambassador Idol K-Pop Pada Keputusan Pembelian Di Tokopedia. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 418–435. <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.476>

Putri, A., & Manullang Zamhari, R. R. (2022). *Jurnal Ilmiah Progresif*

Manajemen Bisnis (Jipmb), Stie-Ibek Kasus Pada Mahasiswa Provinsi Kepulauan Bangka Belitung Pengguna E-Commerce Tokopedia.Com). 9(2), 37–43. www.stie-ibek.ac.id

Ramadhani, S. A. (2022). Pengaruh Harga dan Kemudahan Transaksi terhadap Keputusan Pembelian Produk Virtual pada Game Online Mobile Legends di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(2), 143. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i2.8259>

Renaningtyas, L., Suhardiyah, M., & Wibowo, T. S. (2022). Pengaruh Testimoni Dan Harga Terhadap Minat Beli Top Up Voucher Game Arena of Valor Di Yuriko Shop. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(3), 16–25. https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/2083/pdf_18

Rizky Annisa Putri, & Megahnanda Alidyan Kresnawati. (2023). Brand Ambassador Sebagai Strategi Marketing Tokopedia Melalui Selebriti Korea Selatan Tahun 2021. *Journal Publicuho*, 6(1), 318–342. <https://doi.org/10.35817/publicuho.v6i1.130>

Rofika, D. P. A., Lukiana, N., & Kasno, K. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Kualitas Produk dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di Kecamatan Candipuro. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(4), 245–252. <https://jkm.itbwigalumajang.ac.id/index.php/jrm/article/view/908>

Rostianto, M. M. E.-M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(1), 8–14. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i1.551>

Saputro, A. A., Hidayati, N., & Rizal, M. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsment, testimoni, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Shop BLIBLI.COM. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 5(1), 168–181. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/5227>

- Setiawan, A. (2024). *Top Up Game: Keuntungan, Tantangan, dan Evolusi dalam Industri Game*. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/adam-setiawan-1712248338441824429/top-up-game-keuntungan-tantangan-dan-evolusi-dalam-industri-game-22am2tMSxcd/1>
- Setyarko, Y., Savitra Hidayat, R., Sriyanto, A., & Ayu Fildayanti, R. (2022). Peran Konten, Testimoni dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Kopi Lima Detik Kemang, di Jakarta). *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 11(2), 168–183. https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/2083/pdf_18
- Suparman. (2024). Konteks Budaya Perkawinan Masyarakat Bugis Luwu (Kajian Antropolinguistik). *Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 4(3), 233–238.
- Triana. (2021). Pengaruh Game Online Terhadap Perkembangan Emosi dan Sosial Anak Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(Pengaruh Game Online), 1473–1481. [https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2047293&val=13365&title=Pengaruh Game Online Terhadap Perkembangan Emosi dan Sosial Anak Sekolah Dasar](https://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2047293&val=13365&title=Pengaruh%20Game%20Online%20Terhadap%20Perkembangan%20Emosi%20dan%20Sosial%20Anak%20Sekolah%20Dasar)
- Widayanto, M. T., Haris, A., & Syarifah, L. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 29–40. <https://doi.org/10.53682/mk.v4i1.5821>
- Widodasih, R. W. K., Wirastomo, J. T., & BR, K. S. (2023). Pengaruh Testimoni, Social Media, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 1160–1166. <https://doi.org/10.55681/jige.v4i2.757>