

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Z. A., Rosida, D. F., Priyadarshini, R., Safeyah, M., & Lestari, W. D. (2024). *Peran Inovasi untuk Mendorong UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah) Bidang Ekonomi Kreatif*.
- Adil, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori dan Praktik* (Issue January).
- Afif, M., & Purwanto, P. (2020). Pengaruh Motivasi Belanja Hedonis, Gaya Hidup Berbelanja dan Promosi Penjualan terhadap Pembelian Impulsif pada Konsumen Shopee ID. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 2(2), 34. <https://doi.org/10.47201/jamin.v2i2.51>
- Afriliyanti, R. (2020). *Pemanfaatan Endorsement Melalui Instagram Sebagai Media Pemasaran Digital Produk@ Plistia_Store*.
- Agnesti, M. G., Purnomo, S. S., & Wijaya, I. P. E. (2023). Comparative Analysis of Feasibility of Semi Organic and Non- Organic Rice Farming in the Saluyu Karawang. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(1), 203–213.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Ani, N. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktok Shop Indonesia. *BISMA: Business and Management Journal*, 1(04), 37–44. <https://doi.org/10.59966/bisma.v1i04.398>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Auziah, W., Rahmayantis, M. D., & Pitoyo, A. (2022). Pembelajaran Keterampilan

Menulis Teks Negosiasi Menggunakan Model Cooperative Script Siswa Kelas X Sma Negeri 4 Kediri. *Wacana : Jurnal Bahasa, Seni, Dan Pengajaran*, 6(1), 59–65. <https://doi.org/10.29407/jbsp.v6i1.18327>

Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

Bukhari, E., & Widjanarko, W. (2024). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc di Kota Bekasi. *Indonesian Journal of Economics and Strategic Management (IJESM)*, 2(1), 598–616.

Butarbutar, T. E., & Pesak, P. J. (2021). Pengaruh Work From Home Dan Independensi Terhadap Kualitas Audit Internal Aparat Inspektorat Dalam Pengawasan Keuangan Daerah Kota Manado Selama Masa Pandemi (Studi Empiris Pada Inspektorat Kota Manado). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL"*, 12(2), 2021.

Christy, C. C. (2022). FoMo di media sosial dan e-WoM : pertimbangan berbelanja daring pada marketplace. *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 6(1), 331–357. <https://doi.org/10.25139/jsk.v6i1.3742>

Diana, T., Goh, T. S., & Sagala, E. (2021). Pengaruh Struktur Modal, Return On Invested Capital, Aktiva Tetap, dan NOPAT terhadap Economic Value Added. *Bongaya Journal of Research in Accounting*, 6(1), 16–30.

Dwi Indah Utami, & Hidayah, N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualiatas Produk, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 102–111. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.159>

Fadli, F. (2021). *Optimalisasi Platform Media Sosial Facebook Sebagai Sarana*

Berwirausaha Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Syarat syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S.1).

Febrianto, R., Survival, & Candra Dewi, D. (2023). Pengaruh Celebrity Endorser dan Viral Marketing yang berimplikasi pada Purchase Intention dengan Electronic Word of Mouth sebagai Variabel Mediasi. *JIM (Jurnal Ilmu Manajemen)*, 9(2), 168–182.

Handayani, T., Sidiq, F., & Nur, S. (2021). Upaya Pengembangan UMKM Melalui Pengelolaan Manajemen pada UMKM Konveksi Mutiara. *JAMU: Jurnal Abdi Masyarakat UMUS*, 1(02), 44–51. <https://doi.org/10.46772/jamu.v1i02.349>

Hanila Dewi, K. (2023). Peran Literasi Digital dan E- Commerce Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(3), 499–504. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i3.2939>

Hidayatullah, D. N., Utami, M. M. D., & Prasetyo, A. F. (2020). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Telur Itik di Kabupaten Jember. September*, 202–209. <https://doi.org/10.25047/proc.anim.sci.2020.29>

Ihsan, R. M. (2022). *Strategi Komunikasi Pemasaran Human Greatness@ Hgbasiclabs Dalam Meningkatkan Brand Awareness Melalui Media Sosial Instagram*. 9–31.

Ilhamalimy, R. R. (2020). Determinasi Minat Beli Online Shopee. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(1), 70–80. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i1.308>

Indrawan, J., Elfrita Barzah, R., & Simanihuruk, H. (2023). Instagram Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 109–118. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i1.4519>

Jelang Ramdhani Gienov. (2023). Pengaruh Brand Image dan Flash Sale Program Terhadap Purchase Intention. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 101–108. <https://doi.org/10.29313/jrmb.v3i2.2876>

- Karina, M., Hernaningsih, F., & Rivanto, R. (2022). Strategi Pemasaran Dengan Pemanfaatan Fenomena Viral Dan Komunikasi Electronic Word of Mouth Melalui Sosial Media Di Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 924–942. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2506>
- Kurniawan, J. A., & Nawawi, M. T. (2020). Pengaruh Kompensasi Motivasi dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Kurnia Mandiri Jaya pada Divisi Distribusi Kantor Pusat di Cirebon. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 2(3), 723. <https://doi.org/10.24912/jmk.v2i3.9585>
- Lestari, Y., Diharto, A., & Wulandari, F. (2023). Keputusan Pembelian Kosmetik Halal Ditinjau Dari Brand Image, Harga, Performance SPG dan Kualitas Produk. *Jurnal Bisnis Dan Kewirausahaan*, 16(2017), 72–87.
- Luthfiyatillah, L., Millatina, A. N., Mujahidah, S. H., & Herianingrum, S. (2020). Efektifitas Media Instagram Dan E-Wom (Electronic Word Of Mouth) Terhadap Minat Beli Serta Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 5(1), 101–115. <https://doi.org/10.32528/ipteks.v5i1.3024>
- Marcella, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Skincare Somethinc Di Kota Bekasi. *Jurnal Economina*, 2(10), 2775–2790. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.903>
- Marie, A. L., Widodo, R. E., & Prasetyo, A. B. (2023). Peran Instagram Sebagai Pemasaran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Merek dan Dampaknya terhadap Keputusan Pembelian pada Salah Satu Kedai Kopi Lokal Top Brand Indonesia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(3), 296.
- Mubalus, M. (2024). Analisis Pengaruh Ewom Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana Dengan Kepercayaan: Studi Pada Online Fashion Shop Analysis Of The Influence Of Ewom On Impulse Buying Decisions With Trust: A Study On Online Fashion Shop. 7(1).
- Nabilla Hany Camalia, S. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Dan E Wom

- Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Iklan Scarlett Whitening Di Youtube). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemene-ISSN: 2461-0593*, 10(19), 1–18.
- Novi, F. K., & Ellyawati, J. (2021). Adopsi Informasi, Anteseden Dan Pengaruhnya Pada Niat Beli: Studi Tentang E-Wom Di Media Sosial. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 14(3), 327–349. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i3.5073>
- Nur, F. E., & Yulianti, N. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Konstruksi Kesan Positif tentang Protokol Unisba. *Jurnal Riset Public Relations*, 95–100. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v3i2.3015>
- Nur, N. ayu putri. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hope Store Bulukumba. *E-Proceeding of Management*, 8(6), 8090–8104.
- Nuraisyah, W., & Nuzil, N. R. (2023). Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Starbucks Di Sekitar Purwosari). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 131–141.
- Purnomo, R. A., & Prasetyo, H. (2022). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Karyawanpt Angkasa Pura Logistik Mengajukan Pembiayaan di Bank Perkreditan Rakyat Sleman. *Journal Competency of Business*, 6(01), 205–222. <https://doi.org/10.47200/jcob.v6i01.1320>
- Purnomo, S., & Putranto, A. T. (2020). Pengaruh Budaya Organisasi, Lingkungan Kerja dan Disiplin Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT Panca Putra Madani. *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora*, 3(2), 259–266. <https://doi.org/10.33753/madani.v3i2.120>
- Putra, W. W. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Online (studi pada konsumen Erigo Official Shop shopee.co.id di kota Malang)*.

- Putri Adilla, & Christiawan Hendratmoko. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Content Marketing Terhadap Keputusan Pemeblian Barang Thrift Melalui Instagram Di Solo Raya. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 455–466. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.152>
- Regina Dwi Amelia, Michael, M., & Mulyandi, R. (2021). Analisis Online Consumer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Kecantikan. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(2), 274–280. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i2.80>
- Rehatalanit, Y. L. . (2021). Peran E-Commerce Dalam Pengembangan Bisnis. *Jurnal Teknologi Industri*, 5(0), 62–69.
- Rizma, O. A., & Purwanto, H. (2023). Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup, Keragaman Produk, Ewom Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rabbani Reshare *SIMBA: Seminar Inovasi ...*, September.
- Salea, C., Lopian, S. L. H. V. J., & Tielung, M. V. J. (2021). Analysis Of The Effect Of price Perception And Promotion On Consumer Purchase Decisions At Fast Food Restaurant Of KFC Bahu Manado During The Covid-19 Period. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akutansi*, 9(4), 1293–1302.
- Samuel Natamaro Purba, & Mariana Simanjuntak. (2024). Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Fried Chicken. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(3), 151–167. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i3.3816>
- Sari, P. R., Hendayana, Y., & Wijayanti, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Ambassador Dan Bundling Product Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow Di Bekasi Utara. *Jurnal Economina*, 2(9), 2579–2595. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i9.835>
- Sihombing, I. F. B. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Sun Supermarket Medan. 69–70.

- Suriani, N., Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau Dari Penelitian Ilmiah Pendidikan. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 24–36. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.55>
- Susanto, R. D., & Irwansyah. (2021). Media Sosial, Demokrasi, dan Penyampaian Pendapat Politik Milenial Di Era Pasca-Reformasi. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 65–77. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i1.3249>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Widiarti Lestariningsih, Helmi Azahari, & Toto Parwono. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(2), 96–104. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i2.32>
- Wirawan, M. A. dan R. L. B. (2024). Keputusan Pembelian di E-Commerce Tokopedia Dikaji dari Search Engine Optimization dan Social Media Marketing. *Journal of Economic, Management, Accounting and Technology (JEMATech)*, 7(2), 231–238.
- Zuhriyah, I. Y., Subandow, M., & Karyono, H. (2023). Pelaksanaan Proyek Penguatan Profil Pelajar Pancasila: Studi Di Sma Negeri 4 Probolinggo. *PeTeKa (Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Dan Pengembangan Pembelajaran)*, 6(2), 319–328.