

Daftar Pustaka

- Ahmad Fahrezi, & Uuh Sukaesih. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Andi, S., Jam'an, & Alamsyah. (2017). PENGARUH KOMPENSASI DAN LINGKUNGAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KERJA KARYAWAN PADA SNVT PELAKSANAAN JARINGAN PEMANFAATAN AIR POMPENGAN JENEBERANG SUL-SEL. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(9).
- Atilah, R., & Gischa, S. (2023). 4 Tahap Pemrosesan Informasi Menurut Robert Gagne. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/11/08/010000669/4-tahap-pemrosesan-informasi-menurut-robert-gagne-?page=all>
- Fakhrudin, A. (2020). Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen STTKD Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 13(1), 2622–0946. <https://jurnal.sttkd.ac.id/index.php/jmd/article/view/175/146>
- Fitinline. (2021). *Pengertian, Fungsi dan Manfaat Fashion Yang Penting Untuk Anda Ketahui*. Fitinline. <https://fitinline.com/article/read/pengertian-fungsi-dan-manfaat-fashion-yang-penting-untuk-anda-ketahui/>
- Garut, A. G., & Purwanto, S. (2023). Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Kacang Dua Kelinci di Kota Surabaya. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 657–663. <https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4392/2865>
- Gischa, L. S. dan S. (2022). *Teori Keseimbangan Heider Beserta Contohnya*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/10/17/133000869/teori-keseimbangan-heider-beserta-contohnya>
- Gutierrez, S. (2021). *SurveyMonkey study: Gen Z social media and shopping habits*. SurveyMonkey. <https://www.surveymonkey.com/curiosity/gen-z-social-media-and-shopping-habits/>
- Hidayatullah, I. M., Mansur, M., & Khalikussabir. (2020). Pengaruh Content Marketing, Influencer, Dan Free Ongkir Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Fashion Pada Tiktokshop. *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.
- Hizasalisi, M. (2016). UPAYA MEMPERTAHANKAN LOYALITAS PELANGGAN MELALUI NILAI PELANGGAN PADA PELANGGAN PT. TELKOMSEL DI PEKANBARU. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 13(1). <https://media.neliti.com/media/publications/96947-ID-none.pdf>
- Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial : Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- Khairunnisa, I., & Heriyadi. (2023). Generasi Z, Pemasaran Sosial Media, dan Perilaku Pembelian Impulsifnya pada Produk Fashion. *Management Business*

- Innovation Center 2023*, 17–29.
- Kurnia, F. (2023). *Analisis Data: Definisi, Jenis, Model, Sampai Prosedurnya*. DailySocial. <https://dailysocial.id/post/analisis-data>
- Lili, N. A., Niswaty, R., Baharuddin, A., Akib, H., & Nur, A. C. (2022). Peran Influencer, Viral Marketing, dan Citra Merek dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal pada Followers Instagram @Somethincofficial. *Jurnal Ekonometriks (Ekonomi, Manajemen, Akuntansi)*, 5(2), 1–18. http://www.joi.isoss.net/PDFs/Vol-7-no-2-2021/03_J_ISOSS_7_2.pdf
- Matamaya. (2023). *4 Jenis Influencer Berdasarkan Followers Media Sosial*. Matamaya. <https://matamaya.id/article/influencer-marketing-indonesia/4-jenis-influencer-berdasarkan-followers-media-sosial>
- Mayasari, S., & Safina, W. D. (2021). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA RESTORAN AYAM GORENG KALASAN CABANG ISKANDAR MUDA MEDAN. *JURNAL BISNIS MAHASISWA*. <https://media.neliti.com/media/publications/453690-none-6a00fc07.pdf>
- Medhiatika, N. L. M. V. (2010). *Teori Ekuitas Merek Produk Merek X* [Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya]. [https://repository.usahid.ac.id/1552/1/Tesis Ni Luh Made Vinaya M..pdf](https://repository.usahid.ac.id/1552/1/Tesis%20Ni%20Luh%20Made%20Vinaya%20M..pdf)
- Moumtaza, F. Z. (2022). *Pengaruh Social Media Marketing Influencer Marketing Dan Brand Image Pada Aplikasi Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Busana Muslim (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Indonesia)*.
- Mulyati, I., Mansyuruddin, M., Adrianus, A., Bahari, Y., & Warneri, W. (2023). Proses Difusi Inovasi dalam Penerapan Metode Pengajaran Baru. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(6), 2425–2433. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v5i6.5769>
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. BBS BINUS. <https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-uji-asumsi-klasik/>
- Mulyono. (2022). *Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran di Era Pandemi Covid-19*. 7(2), 1–10.
- Putri, V. K. M. (2022). *Tahap Proses Keputusan Pembelian Konsumen*. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2022/02/11/120000069/tahap-proses-keputusan-pembelian-konsumen>
- Qontak Editorial. (2023). *Influencer Marketing: Definisi, Manfaat, Tips, dan Contohnya*. Mekari Qontak. <https://qontak.com/blog/influencer-marketing/>
- Rachmadhaniyati. (2021). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP CUSTOMER ENGAGEMENT DENGAN LOYALITAS MEREK DAN KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, 1124–1137.
- Rakhman, kautsar G., Nugroho, H. S., & Hermani, A. (2016). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BIORE MEN DI KOTA SEMARANG. *E-Journal UNDIP*.
- Ravika, A. (2024). *Mengenal Influencer Marketing: Definisi, Manfaat, dan Contohnya Bagi Bisnis Digital*. Belajarlagi.

- <https://www.belajarlagi.id/post/influencer-marketing-adalah>
- Riadi, M. (2022). *Citra Merek (Brand Image) - Pengertian, Aspek, Komponen dan Pengukuran*. KajianPustaka.Com.
<https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>
- Riadi, M. (2023). *Keputusan Pembelian (Pengertian, Dimensi, Jenis dan Proses Tahapan)*. KajianPustaka.Com.
<https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>
- SampoernaUniversity. (2022). *Validitas dan Reliabilitas: Arti, Perbedaan, dan Contoh*. Sampoerna University.
<https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/validitas-dan-reliabilitas-arti-perbedaan-dan-contoh/>
- Sari, C. R., & Hidayat, A. M. (2021). PENGARUH INFLUENCER MARKETING DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI UNIQLO UNIVERSITAS TELKOM. *E-Proceeding of Managemen*, 8(2).
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK AMONDEU. *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1).
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/1303/1085>
- undar. (2020). *Sejarah Universitas Darul 'Ulum Jombang*. Universitas Darul 'Ulum.
- Yasinta, K. L., & Nainggolan, R. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen*
<https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/3806>
- Yasinta, K. L., & Romauli Nainggolan. (2023). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Somethinc Di Surabaya Dimediasi Oleh Brand Image. *Performa*, 8(6), 687–699.
<https://doi.org/10.37715/jp.v8i6.3806>