

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Hakim, L., & Saragih, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud. Bareleng Tani Jaya Batam. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)*, 6(2), 37-53.
- Imantoro, F., Suharyono, S., & Sunarti, S. (2018). pengaruh citra merek, iklan, dan cita rasa terhadap keputusan pembelian (Survei terhadap konsumen mi instan merek Indomie di wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 57(1), 180-187.
- Jacob, A. A., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Lengkawati, A. S. (2021). Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *PRISMAKOM*, 18(1), 33-38.
- Nggilu, M., Tumbel, A., & Djemly, W. (2019). Pengaruh Viral Marketing, Celebrity Endorser, dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Pada Geprek Benu Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Rizan, M., Handayani, K. L., & RP, A. K. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 457-478.
- Salsabila, A., & Sampurna, D. S. (2020). Analisi Pengaruh Sosial Media, Word Of Mouth, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Lovesick Coffee Bekasi)/Analysis Of The Influence Of Social Media, Word Of Mouth, and Influencer On Purchase Decision (Case Study On Lovesick Coffee Bekasi). *Analisis Pengaruh Social Media, Word Of Mouth, dan*

Influencer Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Lovesick Coffee Bekasi)/Analysis Of The Influencer Of Social Media, Word Of Mouth, and Influencer On Purchase Decisions.

- Seviyanti¹, V. A., & Nugraheni, T. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Suroija, N., & Sudrajat, B. E. (2014). Analisis Pengaruh Harga, Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instant Merek (Studi Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Semarang). *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Perbankan Indonesia*, 22(1).
- Wiliana, E., Purnaningsih, N., & Muksin, N. H. (2021). Pengaruh Influencer dan Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Sate Taichan Goreng di Serpong. *Simposium Nasional Multidisiplin (SinaMu)*, 2.
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kampong Sawah Kabupaten Bandung. *Ekspansi: Jurnal Ekonomi, Keuangan, Perbankan dan Akuntansi*, 9(1), 73-97.