

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Abubakar, S., Khalid, M.W., Mustafa, H., S., et al. (2017). Calibration of ZMPT101B Voltage Sensor Module Using Polynomial Regression for Accurate Load Monitoring. *ARPN Journal of Engineering and Applied Sciences*, 12, 1819-6608.
- AG.Suyono, Sri Sukmawati, Pramono. 2012.*Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Intidayu Press. Jakarta.
- Alfahri, A. (2020).Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Pada Pelanggan Mukena Al-Tata Ifada Kudus).
- Alwi. (2020). The impact of social media influencer and brand images to purchase intention. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 17(4), 650-661.
- Amalia, A. C., dan Sagita, G. (2019). Analisa Pengaruh *Influencer* Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *JURNAL SOSIAL: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51-59.
- Andika dan Susanti. (2018). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Brand Image dan Dampaknya terhadap Purchase Intention: Studi Kasus pada Restoran Ngikan* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).

- Andreas, R. (2018). *Pengaruh Influencer, Promo Harga Berupa Membership Program, dan Instagram Ads Terhadap Minat Pembelian Ulang Customer Brand Coach.(Studi Kasus Pada Customer Coach, Plaza Senayan)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS BAKRIE).
- Aprilianti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Aptaguna dan Pitaloka. (2016). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. *Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya*,3(2), 18-31
- Azka. M. (2020). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada J. Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(3), 152-159.
- Benesbordi (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 118-127.
- Christian, S. (2018). “Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian: peran minat beli sebagai variabel moderating”. *Jurnal Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis*, 1(1), 109-118.
- Chung, Jae Eun, Dawn Thondirke Pysarchik, and Sun Jin Hwang. 2012. *Effects of Country-of-Origin and Brand Image on Korean Consumers’*

- Chusnia (2020). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 1(2), 118-127.
- Cong, Y., & Zheng, Y. (2017). A Literature Review of the Influence of Electronic Word-of-Mouth on Consumer Purchase Intention. *Open Journal of Business and Management*(5), 543-549.
- Cooper and Schindler. (2013). *Business research methods. 11th edition. New York*: 21, Edisi ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Danang Prabowo, F. (2015). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI SEPATU VANS "OFF THE WALL"(Survei Pada Mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta)* (Doctoral dissertation, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta).
- Destarini, F., dan Prambudi, B. (2020). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen 212 Mart Condet Batu Ampar. JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS dan MANAJEMEN*, 10(1), 58–66.
- Destraini dan Prambudi. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian kartu seluler. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).
- Dinawan, M. R . 2017. *Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 9(3), 335-369.

- Dobkin, Jenna. "3 Top Influencer Marketing Campaign of 2016".
<http://www.sosialmediatoday.com/content/who-does-influencer-marketing-best>. diakses tanggal 20 Desember 2021
- Efendi, M. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorser dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Zoya)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Elseidi, R. I., & El-Baz, D. (2016). Electronic word of mouth effects on consumers' brand attitudes, brand image and purchase intention: an empirical study in Egypt. *The Business & Management Review*, 7(5), 268.
- Fandy Tjiptono. 2014. *Manajemen Jasa*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: Andi Offset.
- Faradiba., dan Astuti, S. R. T. (2013). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada Warung Makan "Bebek Gendut" Semarang)*. Diponegoro Journal Of Management, 2(3), 1-11
- Ferdinand, Augusty dan Fachroji. 2015. *Metode Penelitian Manajemen* Edisi Keenam, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen* Edisi Kelima, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firdausi, M. (2020). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap minat beli dengan Brand Credibility sebagai Variabel Intervening: Studi kasus pada*

pengguna smartphone Oppo di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).

Ghozali, I. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS AMOS 2022*. Edisi Kelima. Badan Penerbit: Universitas Diponegoro. Semarang.

Ghozali, Imam dan Ratmono, Dwi. 2017. *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang

Grenny Joseph et.all. 2014. *Influencer : Ilmu Baru dalam Memimpin Perubahan*. Surabaya: Dunamis Publishing

Harahap. (2013). Analisis Pengaruh Brand Image Dan Word Of Mouth Terhadap Proses Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. Universitas Negeri Yogyakarta.

Hariyanti N.T., Wirapraja A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal EKSEKUTIF*, (15), 133-146.

Hariyanti, N. T., dan Wirapraja, A. (2018). *Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era moderen (Sebuah studi literatur)*. *Eksekutif*, 15(1), 133-146.

Hasan, A. 2013. *Marketing Dari Mulut Ke Mulut*. Media Pressindo. Yogyakarta.

Hasan, Ali. 2015. *Marketing Dari Mulut ke Mulut: Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Media Pressindo (MedPress)

Hestianingsih. 2017. "Pecinta *Sneakers* Wajib Tahu Darimana Sebutan *Sneakers*

Berasal”<https://wolipop.detik.com/fashion-news/d-3415426/pencinta-sneakers-wajib-tahu-dari-mana-sebutan-sneakers-berasal>, diakses pada 18 April 2021 pukul 12.35 WIB.

Indriantoro, Nur dan Bambang Supomo. 2013, ”*Metodologi Penelitian Bisnis. Untuk Akuntansi Dan Manajemen*”, Edisi Pertama. BPFE, Yogyakarta.

Iskandar. 2017. Teknik penyusunan skala likert”. penerbit fatawa publishing. ISBN : 578-662-34550-1-1

Iswara, G. A. N., dan Santika, I. W. (2019). Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh E-Wom terhadap Minat Beli Sepatu Merek Bata. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5182-5201.

J.Moleong, Lexy. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif , Edisi Revisi*. PT Remaja Rosdakarya,. Bandung.

Kamilah, G., dan Wahyuati, A. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(2).

Kamilah. W. & Wahyuati. I. (2107). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Rekaman: Riset Ekonomi Bidang Akuntansi dan Manajemen*, 3(3), 154-166.

Kerlinger. 2013. *Asas–Asas Penelitian Behaviour*. Edisi 3, Cetakan 7. Yogyakarta: Gadjah Mada University

Kotler and Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1.

Erlangga, Jakarta.

Kotler dan Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta

Kotler, P. dan Armstrong, G. 2018. *Principles of Marketing*. Harlow: Pearson Education. Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Kotler, P., dan Keller, K. L., (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.

Kotler, P., dan Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition, Jilid 1*. Terjemahan Bob Sabran Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. Pearson Prentice Hall, New Jersey

Kotler, philip dan kevin lane keller. 2016. *Marketing management, 15th edition*, Pearson education. Inc.

Kusumasondjaja, S. (2018). *The roles of message appeals and orientation on social media brand communication effectiveness: An Evidence from Indonesia*. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics

Lisichkova, N., dan Othman, Z. (2017). The impact of *influencers* on online purchase intent.

Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Salemba Empat. Jakarta. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.

- Mongisidi, S. J., Sepang, J., dan Soepeno, D. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike (Studi Kasus Manado Town Square). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Moorhead, G. dan G, W.R. (2013). *Perilaku organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Murninda. (2019). Pengaruh Brand Image Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Oriflame Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1).
- Mustofa. I. L (2020). PENGARUH BRAND IMAGE DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN GRAB CAR MAHASISWA FAKULTAS ILMU ADMINISTRASI UNIVERSITAS ISLAM MALANG). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 8(1), 59-66.
- Muthohar, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409-423.
- Nurhandayani, A. (2019). *Analisis pengaruh social media influencer dan brand image terhadap minat beli konsumen (produk kecantikan dan perawatan kulit)* (Doctoral dissertation, Institut Pertanian Bogor).
- Oktavianto Yud. 2013. *Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan*

Pembelian. Jurnal Manajemen Bisnis, Vol 3, No 01.

Pahlevi, (2019) Pengertian Influencer dan Pentingnya Influencer Dalam Pemasaran <https://www.pahlevi.net/pengertian-influencer>

Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan Dan Harga Pada Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Minat Sebagai Variabel Moderating (Study Kasus Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta). *Media Studi Ekonomi*, 19(2).

Paula, A. B. F. (2018). *Are digital influencers ruining your business?: the effects of negative word-of-mouth endorsed by digital influencers on purchase intention* (Doctoral dissertation).

Peter, J. Paul dan Jerry C Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Buku 2, Jakarta: Salemba Empat. dalam Juniantoko (2017:27)

Prasetya. (2020). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux (survei pada pengunjung Mega Bekasi Hypermall). *JRMSI- Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-15.

Purchase Intention. Journal of Global Marketing, Vol. 1, No. 22, Januari 2012, pp.21-41.

Purwanto dan Sukirno Zakaria Lantang.2014. *Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural: Cetakan I*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.

Randi dan Heryanto, M. 2016. *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Pada Makanan Fast Food Ayam Goreng (Studi Pada Konsumen Texas Chicken*

- Pekanbaru*). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 3 (2): 1-9.
- Razak. (2016). *Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang*.
- Rembon.K (2017). *Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Riduwan dan Kuncoro. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif* . Bandung: Alfabeta
- Rismawan. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pelanggan Di Kota Batam Dalam Membeli Skincare Merek Korea. Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 4(3).
- Ristiany (2019). *Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap Minat Beli konsumen di j. co Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(1).
- Rodhiyah, S. (2020). *Pengaruh Viral Marketing Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pelanggan Pada Pengguna Shopee Di Kabupaten Kudus*
- Sakinah, A. A. (2019). *Pengaruh Kesadaran Merek, Desain Kemasan dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Ufo di LSI Daan Mogot Jakarta Barat) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Jakarta)*.

Sakinah, N. (2019). *Pengaruh Iklan dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Kesadaran Merek sebagai Variabel Mediasi* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

Sciffman dan Kanuk. 2012. *Perilaku Konsumen. Edisi Ketujuh. PT Index*. Jakarta.

Sernovitz, A. (2012). *Word of mouth Marketing How Smart Companies Get People Talking*, Agustin: Greenleaf Book Group Press.

Sofiatun, N. (2020). Pengaruh Reputasi, Kualitas Informasi, dan e-WOM terhadap Minat Beli pada Situs Jual Beli Online Tokopedia yang Dimediasi oleh Kepercayaan Pelanggan. *Jurnal Kajian Manajemen dan Wirausaha*, 1(04).

Solis, Brian. 2012. *The Rise of Digital Influence : A “how-to” guide for businesses to spark desirable effects and outcomes through social media influence*. Amerika serikat: Altimeter Group.

Sudha, M., dan Sheena K. (2017). *Impact of Influencers in Consumer Decision Process: the Fashion Industr SCMS*. *Journal of Indian Management*: 14-30.

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan RdanD*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan RdanD*. Bandung: CV Alfabeta.

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta, Bandung.

Sumarwan, Ujang. 2013. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.

Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha. Ilmu.

Syarif. (2019). Pengaruh social media influencer terhadap perilaku konsumtif di era ekonomi digital. *Majalah Ilmiah Bijak*, 17(1), 28-34.

Tampinongkol, V. M., dan Mandagie, Y. (2018). Analisis pengaruh word of mouth, kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian sepatu converse di manado town square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).

Tao Zeng and Choong Yuen Onn, 2015. "Factors Affecting Purchase Intention of Online Shopping". Department of Business, Universiti Tunku Abdul Rahman, Malaysia *British Journal of Economics, Management & Trad*: 1-12, 2015

Tondang, B. W. (2019). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sepatu Bata Mtc Giant Pekanbaru. *JOM FISIP*, 6.

Trends,Google.2021."Brodo",https://trends.google.com/trends/explore?q=brododan_geo=ID, diakses pada 18 April 2021pukul 20.15 WIB.

Trends,Google.2021."compass",<https://trends.google.com/trends/explore?q=compassdangeo=ID>, diakses pada 18 April 2021pukul 20.21 WIB.

Trends,Google.2021.“GeoffMax”,<https://trends.google.com/trends/explore?q=GeoffMax&dangeo=ID>, diakses pada 18 April 2021pukul 20.19 WIB.

Trends,Google.2021.“Patrobas”,<https://trends.google.com/trends/explore?q=Patrobas&dangeo=ID>, diakses pada 18 April 2021pukul 20.17 WIB.

Trends,Google.2021.“Ventela”,<https://trends.google.com/trends/explore?q=Ventela&dangeo=ID>, diakses pada 17 April 2021pukul 20.13 WIB.

Wahono. (2020). Analisis pengaruh label halal, brand dan harga terhadap keputusan pembelian di Kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.

Wirayanthi dan Santoso (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Minat Beli pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).

Zainal, N. T. A., Harun, A., dan Lily, J. (2017). *Examining the mediating effect of attitude towards electronic words-of mouth (eWOM) on the relation between the trust in eWOM source and intention to follow eWOM among Malaysian travellers. Asia Pacific Management Review*, 22(1), 35-44.

Zak, S., dan Hasprova, M. (2020). The role of *influencers* in the consumer decision-making process. In *SHS web of conferences* (Vol. 74, p. 03014). EDP Sciences.