DAFTAR PUSTAKA

Adha, A., & Subambang. (2022). Pengaruh *Online Customer Review , Influencer Marketing* , dan Kualitas Website terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Shopee Pada Mahasiswa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, *01*(02), 62–75.

Agustian, I. A., & Murwanti, S. (2023). *The Effect of Digital Marketing and Product Quality on Product Purchasing Decisions of Monica The Labe*l. *International Journal of Management Studies and Social Science Research*, *05*(01), 155–162. https://doi.org/10.56293/ijmsssr.2022.4558

Ajrun Azhim Fawwas, & Agus Sriyanto. (2025). Pengaruh Content Marketing, Influencer Marketing, Customer Engagement terhadap Keputusan Pembelian Produk The Face Shop di Market Place Shopee. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, *3*(4), 125–147. https://doi.org/10.61132/manuhara.v3i4.2196

Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). *Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop* "Lu'miere." *Petra International Journal of Business Studies*, *5*(2), 155–162. https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162

Anggreini, A., Nurtjahjani, F., & Dhakirah, S. (2025). *The Influence of Influencer Marketing and Product Innovation on Purchase Decisions in the Fashion* MSMEs Veilish.chic in Tulungagung Regency. *Social Science and Human Research Bulletin*, *02*(07), 268–275. https://doi.org/10.55677/sshrb/2025-3050-0701

Annisa, Z. N., Lazuardi, S., & Noor, A. (2025). Persepsi Harga Di Tiktok Terhadap Keputusan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen (Jiem)*, *3*(8), 481–491.

Arvy Ginting, R., Angelia, A., Salsabila, T., Damero, S., Primananda, R., & Setyo, K. (2023). Pengaruh *Green Marketing,* Inovasi Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: PT Unilever Indonesia Tbk). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, *1*(4), 986–992.

https://doi.org/10.38035/jim.v1i4.198

Aryani, E. T., & Kurnianingsih, H. (2023). Pengaruh Inovasi Produk,Kepercayaan Merek dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat Di Surakarta. 12(2), 368–377.

Ayu Saputri Maola Desi, & Nabila, Q. (2025). Stigma : Jurnal Akuntansi dan Manajemen. Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen, 4(2), 53–60.

Budi, I. S., Octavia, A., & Sari, N. (2019). Pengaruh Inovasi Produk , Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat di Kota Jambi. 7(2), 59–72.

Campabell,C.,& Farell, J. . (2020). *The Fuctional Components Underlying Influencer Marketing. Bussiness Horiizons*, *63*((4)), 469–479. https://doi.org/https://doi.org/10.10.1016/j.bushor.2020.03.003

Darmawan, A. T., & Setiawan, M. B. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing* , Electronic Word of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap keputusan Pembelian. (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang). *Jesya*, *7*(1), 778–789. https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1412

Dewi, B. A., Rina Utami1, R. S., Hikmah, S. N., & Achmad, M. (2022). *Efektivitas Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Generasi z pada Produk Azarine melalui *Brand Trust. Jurnal Ilmiah Universitas Muhammadiyah Buton*, *Volume 8,*(2), 312–325. https://id.wikipedia.org/wiki/Sang_Pencerah#/media/Berkas:Sang_Pencerah.jpghttps://doi.org/10.56293/IJMSSSR.2022.4558

Diana Novita Sari et., A. (. (2021). Sebesar 600.124 dan Signifikansi Hitung Sebesar 0,000. Inovasi berpengaruh secara partial berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rezti's Batik mBoloe yang ditunjukkan dengan t. 3(2), 45–55.

Dita, A. V., Septianingsih, W. E., & Rahayu, J. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Brand Image, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor

Vario Di Kecamatan Ambulu. *Growth*, *22*(1), 1. https://doi.org/10.36841/growth-journal.v22i1.4185

Fairuz, arief A., Arifin, R., & Slamet, A. R. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Showroom Ud. Hikmah Motor Group Malang). *Riset Manjemen*, 15–31.

Fatimah, F., Shintia, N., & ... (2023). Efektivitas Daya Tarik Iklan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Bulog pada Perusahaan Umum Bulog Kantor Wilayah Kalimantan Selatan. *Fatimah, Novi Shintia, M. Wahyu Wardhana*, *2*(2), 61–69. https://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/JBM/article/view/2270%0Ahttps://ejurnal.poliban.ac.id/index.php/JBM/article/download/2270/1138

Fatta, N. K. (2025). Pengaruh Inovasi Produk dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kafh. 2(4), 511–526. https://doi.org/I: h?ps://doi.org/10.61722/jrme.v2i4.590

Febriana Putri Yuliansyah, B. W. M. K. A. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing, Online Customer Review,* Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian The Originote Hyalucera Moisturizer (Studi Kasus Mahasiswa FEB UNISMA Angkatan 2020) | Yuliansyah | E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma*, *13*(01), 1115–1123.

Fera Anggraini, & Mirzam Arqy Ahmadi. (2024). Pengaruh Influencer Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan di Kalangan Generasi Z : Literature Review. Journal of Management and Creative Business, *3*(1), 62–73. https://doi.org/10.30640/jmcbus.v3i1.3450

Fitriyah, K. A., Saing, B., & ... (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Avoskin:(Studi Kasus pada Konsumen Sociolla Summarecon …. *Jurnal Ilmiah …*, *3*(8), 273–284.

https://www.ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jiem/article/view/6138

Florentina, E., Simanjorang, S., Manajemen, P. S., & Labuhanbatu, U. (2020). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. N. 1, 91–101.

Garjito, B., Triono, E., & Herman, H. (2022). *The Influence of Price and Product Innovation on Purchasing Decisions At Frozen* Foodku Batam City. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, *3*(5), 355–364. https://penajournal.com/index.php/Penanomics/

Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25.*

Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26.*

Gustiawan, F., Anwar, A. N., & Dewi, R. (2025). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pabrik Tempe Bapak Sunarto). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan West Science*, *3*(02), 100–109.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., & Ringle, C. M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.

Halifia Safitri, Puji, K., & Ade Dwi Chandra. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Digital dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di TopShop Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *7*(1), 574–585. https://doi.org/10.38035/jemsi.v7i1.6342

Harnoto, T. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa : Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup. *Journal Ilmu Komunikasi*, *30*(2), 181–197. https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/download/1708/1188

Hidayatul Arifasari, A., & Yuli Rakhmawati, D. (2024). Pengaruh Periklanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian The Originote Eye Serum pada Shopee dan TikTok Shop. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, *12*(2). https://lifestyle.teknokrat.ac.id/beauty_review/t

Hubeis. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. Jurnal Inovasi Bisnis & Akuntansi, 2((1)), 64–75.

Iin Kardilatul Munawaroh. (2025). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Khimaruti.Store. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, *4*(1), 13–24. https://doi.org/10.55606/jupiman.v4i1.4898

Istiqomah Wulan Dari. (2025). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim Pada BUtik Nobby Samarinda. 5(3), 406–425. https://doi.org/10.32477/jrabi.v5i3.1259

Kharisma, F. (2017). Pengaruh inovasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian toyota all new avanza (studi pada pelanggan di dealer auto 2000 a.yani). *Jurnal Ilmi Manajemen*, *05*(2), 1–7.

Kholiza, S., Siregar, M., & Hansyah, P. (2025). Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image,* Promosi Digital dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Mahasiswa FEB Universitas Labuhanbatu). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, *4*(2), 342–358.

Kotler & Armstrong (2016:188). (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. Pengaruh kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu, 5(April), 64–71.

Kotler, armstrong (2016). (2016). *principles of marketing*.

Kotler dan Armstrong. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi di Ohkopi.Id Kota Pangkalpinang. 3(1), 36–40.

Kurniawan, A., Hak, M. B., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., & Wafik, A. Z. (n.d.). Pengaruh Inovasi Produk , Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan. 3.

Lestari, R., & Pitri Nainggolan, N. (2024). Pengaruh Digital Marketing, *Influencer*

Marketing Dan Ewom, Terhadap Keputusan Pembelian Viva Cosmetic di Kota Bat. *Economic Reviews Journal*, *3*(3), 2336–2343. https://doi.org/10.56709/mrj.v3i3.374

Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*.

Ma'ruf, N., Alfalisyado, Purwidianti, W., & Randikaparsa, I. (2024). Pengaruh kualitas Produk, Inovasi Produk, Citra Merek Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. Nasir. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen,Ekonomi,Dan Akuntansi), 8(2), 1314–1330.

Maharani, N., Azizah, R., Lesmana, A. Y., & Octavia, R. (2025). *P*engaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. 1(1), 71–83.

Mahardini, S., Hidayat, M., & Ihza, S. P. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Online Jeans Demorin. *Manajemen Dan Bisnis*, *20*, 8–18.

Majid, A., Faizah, E. N., Ekonomi, F., & Lamongan, U. M. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing dan Content Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sarung BHS melalui Aplikasi Tiktok. 40(2), 84–95.

Manik, E., Aisyah, Terfiadi, S. Y., Jannah, D. K., Ludfi, R., Fatmayati, A., Irawan, A., Karmila, N., Mahadewi, E. P., Bakti, U., Teruna, D., Ardiansyah, T., & Irwanto. (2023). *Pemasaran Bisnis*.

Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian.(Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). 4(2), 62–69.

Meisyaroh, R. W., & Rismawati. (2024). Pengaruh *Influencer Marketing, Customer Relationship Marketing,* Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *13*(2), 1–17. https://jurnal.stiesia.ac.id/index.php/jirm

Nabella, E., Supriyono, & Izaak, W. C. (2023). *The Influence of Influencer Marketing and Lifestyle on Purchase Decisions of Virtual Game Product* Mobile Legends: Bang Bang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, *2*(3), 665–676. https://doi.org/10.55927/ministal.v2i3.4739

Nazwa Aulia Putri, Manurung, I. S., & Fiqri, M. I. (2026). Pengaruh Promosi Digital terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Kenangan pada Prodi Manajemen Stambuk 2023 Universitas Negeri Medan. 9(1), 112–119.

Nurhamidah, I. A. (2022). *International Journal Administration , Business & Organization*. *3*(3), 81–89.

Prasetyo, D. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Caffe D'Cherry Sweet Sampit. Jurnal Ilmu Penerapan Manajemen Dan Kewirausahaan, 5(1), 35–49.

Pratama, Y. P., Yani, D., & Retnosary, R. (2025). Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Kalangan Generasi Z Kabupaten Karawang. *5*(3), 733–758.

Purwanto, N., Budiyanto, & Suhermin. (2020). *Theory Of Planned Behavior*.

Putri, A. A., Evasari, A. D., & Kurniawati, E. (2025). Pengaruh Promosi , Inovasi Produk , dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Batik Lochatara Wates Kabupaten Kediri yang diakui oleh UNESCO . Pelaku usaha batik menghadapi tantangan untuk tetap relevan di. November.

Raharjo, P., Wirakanda, G. gumilang, & Permana, M. N. (2025). Pengaruh *Influencer Marketing* Di Social Commerce Tiktok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Dama Kara. *15*, 17–23.

Ridha, A., Zaimar, F. R., Windarsari, W. R., Haruna, H., & Andriansyah. (2025). Usaha Mikro Melalui Pendekatan *Theory of Planned Behavior.* Jurnal Ilmu Manajemen, Bisnis Dan Ekonomi, 2(6), 491–502.

Rizki, A. S., & Sari, N. E. (2025). Pengaruh Promosi Digital , Pembayaran Digital dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Usaha Printing dan Sablon Tuan Muda. 3(November).

Rizq, D. M., Wijaya, U., Surabaya, K., Trimarjono, A., Wijaya, U., & Surabaya, K. (2026). Pengaruh *Brand Image,* Promosi Digital, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu NIKE (Studi Kasus Mahasiswa di UNiversitas Wijaya Kusuma Surabaya). 4(1), 1054–1065.

Rudianto, M. (2025). *The Role Of Digital Marketing In Increasing Consumer Purchasing Decisions*: A Literature Riview Maikel. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(6), 1513–1520.

Safitri, N., & Susanti, R. (2025). Pengaruh *Celebrity Endorser , Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Originote : Survei Konsumen Pada Generasi Z di Surakarta. 4(6), 8601–8616.

Solis, B., & Webber, A. (2012). *The Rise of Digital Influence*. *Group*, 1–33. www.altimetergroup.com

Sufyan, M., & Murtadlo, A. (2025). Pengaruh Influencer Marketing , Konten Media Sosial, Dab Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Multishop Fashion Malang. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 14(2461–0593).

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian dan Kuantitatif, Kualitatiid R&D*.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Komunikasi (Kuantitatif,Kualitatif, dan Cara Mudah Menulis Artikel Pada Jural Internasional)*.

Sugiyono, P. D. (2023). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.

Sukati, I. (2025). Pengaruh Influencer Marketing, Digital Marketing, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk ADES Di Kota Batam. Jurnal Ilmiah Mahasiswa, 117–125. https://doi.org/DOI:10.33884/scientiajournal.v7i1.9615

Susanti, D., Yanti, V. A., & Rafik, A. (2024). Pemasaran *Influencer* memiliki Pengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific secara parsia. Jurnal Manajemen Dan Administrasi Antartika, 2(1), 9–15. https://ejournal.mediaantartika.id/index.php/juma/article/view/525

Tjiptono (2008) Muchtar, H. (2022). Pengaruh Inovasi Produk , Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ms Glow. Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen, 18(4), 826–831.

Uyuun, S. . & D. (2022). Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Pada Mahasiswa Feb Unesa. *Jurnal Ekonomi ,Manajemen Pariwisata Dan Perhotelan*, *1*((2)), 164–174. https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jempper.vli2.390

Verginia, V. (2025). Pengaruh Harga , Promosi Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Brand Urbn . Kopi (Mobile) di Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Vianita, R., Hidayati, N., Agus, N., & Zamzam, N. (2025). Pengaruh Inovasi Produk , *Brand Image* , dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada GTT Pusat Oleh-Oleh Kediri *The Influence of Product Innovation , Brand Image , and Service Quality on Purchasing Decisions at the* GTT Kediri Souvenir Center. 16(225), 132–146. https://doi.org/10.33059/jseb.v16i1.10804.Abstrak

Violita, D. R., Djatola, H. R., & Nurhadi. (2024). Pengaruh Inovasi Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett di Kota Palu. *Jurnal Kolaboratif Sains*, *7*(2), 861–866. https://doi.org/10.56338/jks.v2i1.654

Wahyudi, A. T., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh *Influencer Marketing* dan *Online Customer Review* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Articel*, *2*(2), 1–14.

Wiranti, Z. (2025). Pengaruh Strategi Inovasi Produk , Loyalitas Merek dan Kepercayaan Merek terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan. 3(1), 1–9.

Wulandarih, A., Sukaesih, I., & Ratnasari, A. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, *Online Customer Review,* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Facetology di E-Commerce Shopee Kota Tangerang. *ProBisnis : Jurnal Manajemen*, *16*(4), 669–677. https://doi.org/10.62398/probisnis.v16i4.1088

Yana, M. A. (2023). Manajemen Pemasaran Pendidikan Konteks Perguruan Tinggi. *Jurnal Pelita Nusantara*, *1*(3), 380–385. https://doi.org/10.59996/jurnalpelitanusantara.v1i3.286