

DAFTAR PUSTAKA

- Bafadhal Samira Aniesa. (2020). *Pemasaran Pariwisata Pendekatan Perilaku Wisatawan*. Media Nusa Creative (MNC Publishing).
- Cruisietta Kaylana Setiawan, & Sri Yanthy Yosepha. (2020). Pengaruh Green Marketing dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk the Body Shop Indonesia (Studi Kasus Pada Followers Account Twitter @TheBodyShopIndo). *Jurnal Ilmiah M-Progres*, 10(1), 1–9.
- Dewi Setya Indra Ayu, Hakimah Nurzainul Ema, & Sardanto Rino. (2021). ANALISIS DAMPAK PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GTL BALANCING-SPOORING CABANG MOJOROTO KEDIRI.
- Diana Ratnasari, & Candra Aeni. (2020). Pengaruh Testimoni dan Celebgram (Celebrity Endorser Instagram) terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Instagram Pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Unirow Tuban. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 416–418.
<http://prosiding.unirow.ac.id/index.php/SNasPPM>
- Elsa Gea Novitri. (2021). *Pengaruh Selebgram Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett di Kecamatan Lirik Kabupaten Inhu Riau (Studi Kasus Anak Remaja di Kecamatan Lirik)*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Riau Pekanbaru.
- Fadhilah, & Galih Ginanjar Saputra. (2021). Pengaruh Content Marketing dan E-WoM pada Media Sosial TikTok terhadap Keputusan Pembelian Generasi Z. *Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Manajemen*, 17(3), 505–512.
- Femi Oktaviani, & Diki Rustandi. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PROfesi Humas*, 3(1), 1–20.
- Galu Khotimatul Khusna, & Farah Oktafani. (2017). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dunkin'Donuts Bandung. *Bisnis & Entrepreneurship*, 11(1), 27–36.

- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Universitas Diponegoro.
- Irma Marpaung, & Fauzi Lubis. (2022). Pengaruh Iklan, Sistem COD, dan Promo Gratis Ongkir terhadap Keputusan Pembelian pada Tiktokshop (Studi Kasus pada Mahasiswa UIN Sumatera Utara). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi Universitas SAM Ratulangi*, 9(3), 1477–1491.
- Lathifah Khairunnisa. (2023). Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tanaman Monstera Adansonii Di Kelurahan Pondok Kelapa. *Journal of Student Research (JSR)*, 1(2), 506–522.
- Madzhari Anwar, & Sumantri Agus Bambang. (2021). KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA CRF 150L PADA KOMUNITAS KRACKER NGANJUK BERDASARKAN PERTIMBANGAN KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CITRA MEREK.
- Muhammad Hanapi, & Agus Sriyanto, S. E. M. M. (2018). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari – April 2018). *FAMOUS: Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(2).
- Nitisusastro, & Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung:Alfabeta.
- Rudi Haryadi. (2009). *Pengaruh Strategi Green Marketing terhadap Pilihan Konsumen Melalui Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus pada The Body Shop Jakarta)*. Universitas Diponegoro.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:C.V AndiOffset.
- Sardanto Rino, & Ratnato Sigit. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pada Angkringan Kota Kediri. *Benefit*, 3.
- Schiffman, Leon G. & Kanuk, & Leslie I. (2010). *Consumer Behavior*. 10/E. Boston : Pearson.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis (3rd Ed.)*. CV Alfabeta.

- Tiara Puspanidra, & Dini Valdiani. (2018). Komunikator dalam Strategi *Endorsement* (Studi Strategi Endorsement Produsen Kerudung Voal di Instagram). *Media Bahasa, Sastra, Dan Budaya Wahana*, 24(2), 50–65.
- Yani Xiao, Lan Wang, & Ping Wang. (2019). Research on the Influence of Content Features of Short Video Marketing on Consumer purchase intentions. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 415–422.
- Yuni Tresnawati, & Kurniawan Prasetyo. (2018). Pemetaan Konten Promosi Digital Bisnis Kuliner Kika's Catering di Media Sosial. *PROfesi Humas*, 3(1), 102–119.
- Zundana Azuma, Hakimah Nurzainul Ema, & Artikel, I. (2023). PROMOSI MEDIA SOSIAL DAN ELECTRONIC WORD OF MOUTH DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA KONSUMEN HACHA ICE CREAM PARE) (Vol. 2).