

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., Purwaamijaya, B. M., & Ar Ridlo, M. D. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Purchase Intention Sepatu Adidas Samba di Indonesia. Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1665–1671.
- Abdurachman, F., Herlina, L., & Winar, I. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone 16 di Kota Bandung dalam Perspektif Perilaku Keuangan Konsumen. Ikraith-Ekonomika*, 8(3), 1567–1579.
- Alifa, R. N., & Saputri, M. E. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing dan Strategi Omni-Channel Terhadap Purchase Intention Konsumen pada Sociolla. ProBank*, 1(1), 64–74.
- Amalia, K., & Nurlinda, R. (2022). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Melalui Perceived Value Produk Serum Somethinc. Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(11), 2383–2398.
- Ardelia, A., & Supriono, S. (2017). *Pengaruh brand credibility dan brand prestige terhadap persepsi kualitas dan minat beli (Survei pada konsumen kosmetik merek Chanel)*. Brawijaya University.
- Ardiansyah, A., Maulana, M. I., & Sari, W. P. (2023). *Marketing Mix Analysis Of Purchasing Decisions At Pt. Agro Prima Kahatulistiwa. Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan*, 1(4), 1–11.
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.

- Brandinie, M. (2018). *Menakar Kekuatan Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Brand Prestige Memicu Minat Beli Ulang (Studi Empirik Produk Smartphone Oppo). Jurnal Ekonomi Perusahaan, 24(2).*
- Dewi, L. S. (2021). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Pelayanan Terhadap Pembelian Di Koperasi Pegawai Bank Indonesia. Jurnal E-Bis, 5(2), 308–325.*
- Erika Hasan, Rizan Machmud, & Umin Kango. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli pada Produk Ms Glow di Gorontalo. Economic Reviews Journal, 4(2).*
- Fauziah, H., Yusuf, I., & Akbar, M. F. (2023). *Digital Marketing*. CV. Laduny Alifatama.
- Febrianty, S. E. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Dan Bisnis. Manajemen Bisnis: Konsep Dan Strateginya, 265.*
- Firdaus, M. M. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif; Dilengkapi Analisis Regresi Ibm Spss Statistics Version 26.0*. CV. Dotplus Publisher.
- Hadi, H. S., Kinanti, P. S., Khasanah, I., & Soesanto, H. (2025). *The Influence of Influencer Marketing and Brand Engagement on Purchase Intention. Economic and Business Horizon, 4(2), 107–114.*
- Husen, U., & Pudjoprastyono, H. (2024). *The Influence Of Influencer Marketing And Price Perception On Iphone Purchase Decisions In Surabaya City. JHSS (Journal Of Humanities And Social Studies), 8(3), 1073–1076.*
- Ichtiar, N. I. A. Z., Suhud, U., & Kusumaningtyas, D. P. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing, E-WOM, Brand Image Terhadap Purchase Intention dan Purchase*

- Decision Produk Jennskin Deodorant Di TikTok Shop. Jurnal Rumpun Manajemen Dan Ekonomi*, 2(4), 244–257.
- Indrasari, M., & Press, U. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: pemasaran dan kepuasan pelanggan*. Unitomo Press.
- Jakob, C. B. (2020). *The self-concept in consumer behaviour based on the example of luxury brands. Business & IT*, X, 2, 57–70.
- Jin, N., Line, N. D., & Merkebu, J. (2016). *The impact of brand prestige on trust, perceived risk, satisfaction, and loyalty in upscale restaurants. Journal of Hospitality Marketing & Management*, 25(5), 523–546.
- Keni, K., Teoh, A. P., Vincent, V., & Sari, W. P. (2022). *Luxury brand perception, social influence, and brand personality to predict purchase intention. Jurnal Komunikasi*, 14(1), 237–250.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Lestari, R. P., & Yuniarinto, A. (2024). *Pengaruh Social Media Influencer terhadap Purchase Intention dengan Brand Awareness sebagai Variabel Mediasi. Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 3(1).
- Lim, X. J., Mohd Radzol, A. R. bt, Cheah, J.-H. (Jacky), & Wong, M. W. (2017). *The*

- Impact of Social Media Influencers on Purchase Intention and the Mediation Effect of Customer Attitude. Asian Journal of Business Research*, 7(2).
- Lim, X. J., Radzol, A. M., Cheah, J., & Wong, M. W. (2017). *The impact of social media influencers on purchase intention and the mediation effect of customer attitude. Asian Journal of Business Research*, 7(2), 19–36.
- Lou, C., & Yuan, S. (2019). *Influencer marketing: How message value and credibility affect consumer trust of branded content on social media. Journal of Interactive Advertising*, 19(1), 58–73.
- Monoarfa, M. A. S., Widawati, A. S., Yudawisastra, H. G., Salijah, E., Arisanti, I., Trisilia, M., Sari, D. F., Fatimah, A., Setiawan, E., & Junaedi, I. W. R. (2023). *Ekonomi Manajerial*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Muhammad, A., & Siti Nur Qomariyah, S. E. M. S. (2021). *Analisis Usahatani Bawang Merah (Allium cepa L.) di Desa Pandan Blole Kecamatan Ploso Kabupaten Jombang*. Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Mundzir, A., Yudaningsih, N., Trisavinaningdiah, A., Djaya, T. R., Purwaningsih, N., Angmalisang, S. I., Riorini, V., Wiliana, E., & Depari, G. S. (2021). *Manajemen Pemasaran : Saat Ini Dan Masa Depan*. Penerbit Insania.
- Nazara, D. S., Nugrahaningsih, H., & Abdillah, F. (2025). *The Future of Influencer Marketing: Trust, Authenticity, and Consumer Behavior in the Social Media Age. Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 345–349.
- Pane, D. N., Dayu, W., & Hasanah, N. (2024). *Determinasi minat beli konsumen*. Serasi

Media Teknologi.

Plani, S. N. J., Moenardy, K. K., & Mesakh, A. B. (2021). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Pada Pelanggan PT. Lejel Shopping Cabang Kupang)*. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, 13(2), 67–76.

Prabowo, A., Wahyuni, E. S., Tanjung, Y., Wijaya, M. R., Adam, A. A., & Astuti, B. (2025). *Manajemen Pemasaran (Strategi Pemasaran Era Digital: Menguasai Tren dan Teknologi Sebagai Konsep Baru Meningkatkan Penjualan)* (B. Astuti (ed.)). Serasi Media Teknologi.

Putri, S. M., & Rosmita, R. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Sneakerspku9*. *JIABIS: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis Dan Sosial*, 2(1), 86–97.

Rahmawati, A. F., Farida, N., & Ngatno, N. (2023). *Pengaruh Brand Prestige dan Perceived Quality terhadap Purchase Intention melalui Brand Attitude (Studi pada Konsumen Iphone di Kota Yogyakarta)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 131–139.

Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Widina.

Ribeiro, C. M. (2017). *Why do Consumers Buy Luxury Shoes, Bags and Watches? A Link Between The Need for Luxury Acessories and One's Self-Concept*. ISCTE-Instituto Universitario de Lisboa (Portugal).

Ridlwan, M. P. (2024). *Pengantar Manajemen Pendidikan*. CV. Zamron Pressindo.

Rizki, M. (2025). *Manajemen Pemasaran Kuliner Strategi Jitu Menaklukkan Pasar*

Kuliner. Deepublish.

Roni Angger Aditama, S. S. M. M. (2020). *Pengantar Manajemen*. AE Publishing.

Rusti, A. D. (2024). Kurniawati, dan Masnita, Y.(2024). *Tinjauan Theory of Planned Behavior dalam Mempengaruhi Purchase Intention dan Purchase Behavior melalui Social Media*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 7, 116–130.

Said Hamzali, S. I. P. M. M., Aldi, B. E., M, W. I. D. A. T. S. P. M., Dr. Rika Endah Nurhidayah, S. K. M. P., Abu Hasan Asy'ari, S. K. S. E. M. M., Muhammad, S. P. I. M. P., NUNUNG NURHAYATI, S. E. M. M., Abdul Rosid, S. E. M. M., Inta Hartaningtyas Rani, M. B. A., & Dr. Hairul Fauzi, S. P. I. M. P. (2022). *Pengantar Manajemen Teori Dan Aplikasi*. CV. Azka Pustaka.

Salim, D. A. A., & Yusrin, N. A. (2025). *Pengaruh Influencer Marketing, Content Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Pada Brand Kosmetik Make Over*. *Jurnal Nusa Manajemen*, 2(2), 202–227.

Salsabila, A., & Ilhamuddin, M. (2025). *Pengaruh Brand Credibility Dan Brand Prestige Terhadap Purchase Intention Pada Produk Handphone Oppo Di Kota Mataram*. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 6(2), 268–273.

Sari, A. G., & Aquinia, A. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing Dan Online Customer Review Terhadap Purchase Intention*. *Jesya*, 7(2), 1353–1363.

Sari, O. H., Rukmana, A. Y., Munizu, M., Novel, N. J. A., Salam, M. F., Hakim, R. M. A., Sukmadewi, R., Purbasari, R., Efitra, E., & Juansa, A. (2023). *Digital Marketing : Optimalisasi Strategi Pemasaran Digital*. PT. Sonpedia Publishing

Indonesia.

Silitonga, A. I. (2025). *Bisnis digital: Strategi, inovasi, dan transformasi*. wawasan Ilmu.

Sugiyono. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Kedua Cetakan ke-7)*. Alfabeta.

Tampubolon, J. R., Listyorini, S., & Budiatmo, A. (2025). *Pengaruh Online Customer Review Dan Influencer Marketing Terhadap Purchase Intention Bittersweet By Najla Di Kota Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 14(2), 495–504.

Ulya, N. F., Sunaryo, H., & Mustapita, A. F. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing, Word of Mouth Dan Brand Image Terhadap Purchase Intention Pada Produk Scarlett whitening (Studi Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Angkatan 2020)*. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 133–142.

Wartono, T., Darmun, D., Judijanto, L., Tadius, T., Sucianti, R., Bari, A., Zafar, T. S., Kus, R. W., Mustofa, M., & Puspitasari, K. A. (2025). *Pengantar Ilmu Manajemen*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Wirade, J., B, I., & Alfiah, E. (2024). *Manajemen pemasaran produk bank syariah*. CV Brimedia Global.