

DAFTAR PUSTAKA

- Ahsin, M., & Hidayat, M. (2023). Pengaruh iklan dan strategi pemasaran terhadap minat beli konsumen. *Maliki Interdisciplinary Journal (MIJ) EISSN*, 1(3), 98–105.
- Akuntansi, J., & Syariah, P. (2022). *Jamasy : Jamasy* : 2(April), 100–108.
- Andrews, J. Craig dan Shimp, A. T. (2020). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (10th ed.).
- Aprilianti, D & Wibowo, A. (2021). Pengaruh E-commerce terhadap Perkembangan UMKM Fashion di Indonesia. *Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 6 (1), 23–30.
- Argyanti, E., Pinandito, A., & Saputra, M. C. (2017). *Analisis Pengaruh Iklan TikTok Terhadap Minat Beli pada E-commerce Melalui Penggunaan Influencer, Keyakinan Iklan, Daya Tarik Iklan, dan Relevansi Iklan*. 1(1), 2548–2964.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Universitas Diponegoro.
- Globe Newswire. (2022). Brand Rated: ‘Nine out of ten customers read reviews before buying a product’. *Brand Rated*, 2022. <https://www.globenewswire.com/news-release/2022/01/13/2366090/0/en/Brand-Rated-Nine-out-of-ten-customers-read-reviews-before-buying-a-product.html>.
- Halim, S. F., Doloksaribu, W. S. A., Lienedy, C., & Sudirman, A. (2024). Analisis Faktor - Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen E-Commerce Tokopedia Pada Mahasiswa Fakultas Sains Dan Teknologi Universitas Prima Indonesia. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(3), 4536–4542. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i3.7721>
- Hasan, F. (2021). Perjalanan Brand Lokal: Thanksinsomnia dan Strategi Bertahan di Industri Streetwear. *Industri Kreatif Indonesia*, 4 (1), 45–52.
- Kotler & Amstrong. (2020). *Advertising and Public Relations* (19th ed.). Pearson Education.Harlow.
- Kotler & Keller. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.Harlow.

- Kriyantono, R. (2013). *Manajemen Periklanan*. Tim UB Press.
- Melati. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Pelatihan, B., Dan, V., Bbpvp, P., Kota, D. I., & Stiawati, T. (2023). *Jurnal Ilmiah Niagara Vol. 15 No. 1, Juni 2023. 15(1)*, 68–80.
- PENGARUH CITRA MEREK DAN TESTIMONIAL PRODUK COSMETIC DI KABUPATEN MAJENE THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT TESTIMONIALS ON PURCHASING DECISIONS FOR WASILA COSMETIC PRODUCTS IN MAJENE REGENCY PROGRAM STUDI MANAJEMEN*. (2024).
- Pribadi, K., Keputusan, T., Dengan, P., Sebagai, P., Moderating, V., Kasus, S., Shop, O., Pribadi, K., Pembelian, K., & Pelanggan, E. (2025). *Fakultas* 3, 32–49. <https://doi.org/10.47647/MAFEBIS.v2i2.590>
- Putri, R. A., & Susanti, D. (2022). Strategi Pemasaran Digital dalam Mengembangkan Brand Fashion Lokal di Era E-Commerce. *Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 9 (1), 45–54.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Schiffman & Kanuk. (2020). *Consumer Behaviour* (12th ed.).
- Setyaningtyas, Y. W., Wijayanto, W., & Uripi, C. R. (2024). Seminar Nasional LPPM UMMAT Pengaruh Iklan, Sistem COD, Promo Gratis Ongkir, dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific di Shopee (Studi Pada Mahasiswa di Purwokerto). *Seminar Nasional LPPM UMMAT*, 3, 131–144.
- Shaw, S. J., & Davis, K. R. (1973). Marketing Management. In *Journal of Marketing* (Vol. 37, Issue 1). <https://doi.org/10.2307/1250781>
- Stephen, A., Canthika, A., Subrata, D., & Veronika, D. (2020). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Indonesian Business Review*, 2(2), 233–248. <https://doi.org/10.21632/ibr.2.2.233-248>

- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2th ed.). Alfabeta.
- Sugiyono (2023). Skripsi, Tesis, dan Disertasi. Bandung : Alfabeta. ISBN : 978 602-7825-84-0.
- Sumaa, S., Soegoto, A. S., & Samadi, L. S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Media Sosial Terhadap Minat Beli Di E-Commerce Shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *304 Jurnal EMBA*, 9(4), 304–313.
- Suswardji, E., Aziz, S., & Wulandari, R. (2020). Jurnal Ekonomi dan Bisnis , Vol . 7 No . 2 September 2020 E - ISSN. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 7(2), 33–40.
- Sutisna. (2021). *Manajemen Pemasaran Modern*. Erlangga.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran, Prinsip, dan Penerapan*. Andi Offset.
- Utomo, S. B., Andriani, E., & Devi, E. K. (2023). Pengaruh Penilaian Produk dan Testimoni Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian di Platform E-commerce. *Bukalapak di Indonesia. Sanskara Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(01), 26–36. <https://doi.org/10.58812/sek.v2i01.271>
- Widiyastuti, A., Suhasti, W., & Alansyah, A. (2023). Pengaruh Konten Post, Celebrity Endorsment, dan Testimoni terhadap Keputusan Beli Produk Pakaian Wanita di Sulawesi Tenggara. *Aktiva : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 51–58. <https://doi.org/10.56393/aktiva.v2i2.1350>
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1827%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/1827/1480>
- Yuliana R & Oktaviani A. (2021). No Title. *Manajemen Dan*

Kewirausahaan, 23 (2), 87–95.

Yunis, S., Ningsih, M. P., & Oktavia, N. S. (2021). Pengaruh Aromaterapi Campuran Ekstrak Jahe (*Zingiber Officinale*) dan Lemon (*Citrus Limon*) Terhadap Penurunan Emesis Gravidarum pada Ibu Hamil Trimester I di Wilayah Kerja Puskesmas Pauh Padang. *Jik Jurnal Ilmu Kesehatan*, 5(1), 53. <https://doi.org/10.33757/jik.v5i1.363>