

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, *Word of Mouth*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, Vol. 2(July), 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Anam, C., Istiqomah, I. W., & Husna, P. I. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Konsumen, Kualitas Produk, Ekuitas Merek Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eiger Mojokerto. *Margin Eco*, 6(1), 1–14. <https://doi.org/10.32764/margin.v6i1.2577>
- Borisoglebskaya, L. N., Provotorova, E. N., & Sergeev, S. M. (2019). Promotion based on digital interaction algorithm. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 537(4). <https://doi.org/10.1088/1757-899X/537/4/042032>
- Fabiana Meijon Fadul. (2019). *Manfaat Pemasaran Online*. 8–26.
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Fahmi, A. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image dan Lifestyle Terhadap Purchase Decision pada Produk Starbucks. *Jurnal Simki Economic*, 6(2), 508–519. <https://doi.org/10.29407/jse.v6i2.403>
- Febriyanto. (2021). *Pengaruh Promosi Online Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dimasa Pandemi Covid 19 Pada Berkah Mobil Medan*. 72. <http://repository.uma.ac.id/handle/123456789/16014>
- Firmansyah, I. (2019). Pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian Kober Mie Setan di Kota malang. *Management and Business Review*, 3(2), 116–123. <https://doi.org/10.21067/mbr.v3i2.4723>
- Haris, A. (2023). Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food... Analisis Pengaruh Promosi Digital dan Kualitas Layanan Aplikasi Go-Food Terhadap Keputusan Pembelian Makanan. *Economic and Digital Business Review*, 4(1), 597–610.
- IFEB DINDA LARASATI. (2023). Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue. *Ekonomi Dan Bisnis*, 1–16.

Journal of Business Management Review,
1(6), 436–448.
<https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>

Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.

Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing (17th ed.)*. Pearson Education: Harlow.

Mindari, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Service Point Oriflame 1774 Sekayu. *Jurnal Ekonomika*, 13(01), 131–146.
<https://doi.org/10.35334/jek.v13i01.2423>

Nadilla, F. (2021). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui influencer sebagai Variabel Intervening Pada Karyawan Klinik Kecantikan Ariana Audy Beauty Centre Kota Medan. In *Kumpulan Karya Ilmiah Mahasiswa Fakultas Sosial Sains* (Vol. 2, Issue 02).
<https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/jurnalfasosa/article/view/3463>

Novitasari Nainggolan, & Taufik Parinduri. (2020). Pengaruh Potongan Harga Dan Bonus Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Minimarket Indomaret Serbelawan. *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.
<https://doi.org/10.36985/manajemen.v2i1.81>

Prastiyo, Y. (2016). Pengaruh Green Marketing Tool's Terhadap Perilaku Pembelian Konsumen. *Universitas Udayana*, 5(6), 3450–3475.

Pratiwi, C. S., & Sidi, A. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Body Whitening. *Relasi : Jurnal Ekonomi*, 18(1), 192–204. <https://doi.org/10.31967/relasi.v18i1.531>

Priyatno. (2016). *Belajar Alat Analisis Data dan Cara Pengolahannya dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

Rahmadiani, Nur, R., Nasution, Hakim, A., Sugihartanto, & Faiz, M. (2021). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Virtual Item dalam Online Mobile Game (Studi Kasus: Mobile Legends Bang Bang). *Jurnal Teknik ITS*, 10(2).
<https://doi.org/10.12962/j23373539.v10i2.70332>

Rien. (2021). *Berapa Jumlah Pemain Mobile Legends di Seluruh Dunia? Jangan Kaget, Ini Perkirannya!* GGWP.
<https://ggwp.id/media/esports/mobile-legends/jumlah-pemain-mobile-legends-di-seluruh-dunia>

- Rodrigo, A. (2023). *Dampak kredibilitas influencer media sosial terhadap perilaku pembelian ramah lingkungan konsumen milenial : makalah konsep tentang identitas pribadi dan sosial*. <https://doi.org/10.1108/MANM-12-2022-0113>
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312-318
- Sabrina, H. (2018). Pengaruh Harga Dan Emosional Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lifeboy. *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 12(2), 114–120. <https://doi.org/10.24114/plans.v12i2.9573>
- Shoffi'ul, A., Basalamah, Ridwan, M., & Millannintyas, R. (2019). Pengaruh Diskon dan Promo Gratis Ongkos Kirim Terhadap Keputusan Pembelian E- Commerce Shopee. *Jurnal Riset Manajemen*, 111–113. www.fe.unisma.ac.id
- Sudarso, E. (2016). Kualitas Layanan, Nilai Fungsional, Nilai Emosional, dan Kepuasan Konsumen: Sebuah Studi Kasus. *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(3), 165. <https://doi.org/10.26418/jebik.v5i3.19079>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono. (2011). *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Praktek Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta :
- Buku Seru. Tjiptono, F. (2020). *Pemasaran Strategi Pemasaran: Prinsip dan Penerapan Penerbit Andi*.
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online Mobile Legends. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Widjaja, Yani Restiani dan Irpan Nugraha. (2016). Loyalitas Merek Sebagai Dampak Dari Kepuasan Konsumen. *IKONOMIKA: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*. Vol.I, No.1:2527-5143
- Widodo, J., Zulianto, M., Budi, S., & Wahyu, M. (2022). Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee (Studi Kasus Masyarakat Desa Kesilir Kabupaten Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi Akuntansi Dan Kewirausahaan (JPEAKU)*, 2(1), 24–29. <https://doi.org/10.29407/jpeaku.v2i1.17979>