

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2019). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Air Mineral Dalam Kemasan Merek Dharma (Studi Kasus pada Konsumen CV. Bahana Tirta Alam Maritim di Kabupaten Sumbawa Besar). *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 1(2), 15–26. <https://doi.org/10.30812/target.v1i1.587>
- Amanah, D., & Harahap, D. A. (2019). Loyalitas Konsumen: Implikasi dari Diferensiasi Produk dan Nilai Emosional. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 15–26. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2991>
- Arab, A., & Maritim, T. (2023). *Reaksi perilaku pembelian konsumen : fokus pada devaluasi mata uang yang terus-menerus , yang menambah peningkatan tingkat inflasi di Mesir Eiman Medhat Negm*. 5(5). <https://doi.org/10.1108/JHASS-05-2023-0>
- Bahri, B. (2018). Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Dipengaruhi Variabel Lokasi, Pelayanan, Kualitas Produk, Nilai Emosional, dan Disain Interior yang Berdampak pada Tingkat Pembelian. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 8(1), 60. <https://doi.org/10.30588/jmp.v8i1.388>
- Bimartha, P. A. A., & Aksari, N. M. A. (2019). Peran Emosional Terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(4), 1900–1928. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019>
- Carissa, T., & Aruman, A. E. (2019). Pengaruh Sales Promotion Dan *Influencer marketing* Terhadap Minat Membeli Dalam *Mobile legends*. *LONTAR: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 45–55.
- Cesar Uji Tawakal. (2023). *Total Skin Mobile Legend 2023, Ada berapa Kira-Kira?* Hitekno.Com. <https://www.hitekno.com/games/2023/05/10/081035/total-skin-mobile-legends-2023-ada-berapa-kira-kira>
- Cindy Mutia Annur. (2023). *Mobile legends, Game Seluler Paling Disukai di Indonesia*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2023/04/06/mobile-legends-game-seluler-paling-disukai-di-indonesia>
- Evelina, L. W., & Handayani, F. (2018). Penggunaan Digital Influencer dalam Promosi Produk (Studi Kasus Akun Instagram @bylizzieparra). *Warta ISKI*, 1(01), 71. <https://doi.org/10.25008/wartaiski.v1i01.10>
- Fadillah, A., & Syarif, R. (2013). Pengaruh Program Diskon Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 1(1), 77–84. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v1i1.256>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair. (2010). *Rumus Hair Dipakai Untuk Ukuran Populasi*. dspace.uc.ac.id

- Hakim, M. L., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh *Influencer marketing* dan Nilai Emosional terhadap Niat Beli Produk Virtual Skin Pada *Game Mobile legends* : Bang Bang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 199–209.
- Jati, V. T., Lukitaningsih, Ningrum, A., & Kusuma, N. (2022). Analisis Nilai Sosial, Fungsional, Emosional, Kepuasan, dan Identifikasi Karakter yang Mempengaruhi Intensi Pembelian Barang Virtual pada *Game Online*. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 4(4), 1092–1112. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v4i4.1105>
- 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 Lewat 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>
- 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.
- 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>
- 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>