

DAFTAR PUSTAKA

- Alatas, S. L., & Tabrani, M. (2018). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Credibility. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 9(1), 91–105.
- Alfanur, F., & Kadono, Y. (2019). Analysis on E-commerce Purchase Intention and Decision in Java and Sumatra. *Proceedings of 2019 International Conference on Information Management and Technology*, 635–640.
- Alfanur, F., & Kadono, Y. (2022). The effects of gender and age on factors that influence purchase intentions and behaviours of e-commerce consumers in Indonesia. *International Journal of Innovation and Learning*, 31, 474–505.
- Aruman, E. (2014). Customer Complaint Iceberg. Retrieved from <https://mix.co.id/headline/14925customer-complaint-iceberg/>
- Ayaumi, R. S., & Komariah, N. S. (2021). Pengaruh Customer Experience Dan Trust Terhadap Minat Beli Ulang Layanan Pesan Antar Gofood Saat Pandemi Covid-19 Pada Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(2), 181. <https://doi.org/10.31599/jmu.v3i2.940>
- Dwi, R. A. (2022). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022.
- Dwi, R., Islami, N., Kurniati, R. R., Hardati, R. N., Mt, J., Dinoyo, H., ... Rizadwinurislamigmailcom, E. (2022). *PENGARUH CUSTOMER PERCEIVED RISK DAN TRUST TERHADAP MINAT BELI MARKETPLACE SHOPEE (STUDI KASUS PADA PENGGUNA SHOPEE DI DAERAH SEBUKU)* Shopee Marketplace adalah bisnis alternatif ke , dan kali ini sangat. 11(2), 39–52.
- Dwivedi, K. Y., Kapoor, K. K., & Chen, H. (2015). Social media marketing and advertising. *The Marketing Review*, 5.
- Firdaus, R., & Sharif, O. O. (2020). ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM) PADA BRAND IMAGE DAN PURCHASE INTENTION TERHADAP PRODUK SEPATU NIKE (STUDI PADA KONSUMEN DI KOTA BANDUNG) *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)*. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4.

- Fitri, N. A., & Basri, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumen Pada Generasi Milenial Di Era Pandemi Covid-19 Dengan Pengetahuan Ekonomi Sebagai Variabel Moderasi. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan ...*, 9(2), 183–192. Retrieved from <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/view/1329%0Ahttps://jurnal.unived.ac.id/index.php/er/article/download/1329/1138>
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd Ed). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, P. . D. H. I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.; Sage, Ed.). Thousand Oaks.
- Haloho, E., Idahwati, I., & Harefa, H. S. (2021). PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION (IMC) TERHADAP MINAT KUNJUNG MAHASISWA DI PERPUSTAKAAN STIKes SITI HAJAR MEDAN. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 6(1), 1–17. <https://doi.org/10.51544/jmm.v6i1.1740>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Jacklin, M., Mandey, S., & Tampenawas, J. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 431–440. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i1.22384>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing (Global Edition) 17th Edition* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Penerbit Erlangga.

- Mamosey, S., Mangantar, M., & Wenas, R. S. (2022). Analisis Pengaruh Integrated Marketing Communication Terhadap Niat Beli Produk Telkomsel (Studi Pada Mahasiswa Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 10(1), 1985–1994.
- Manzoor, U., Baig, S. A., Hashim, M., & Sami, A. (2020). Impact of Social Media Marketing on Consumer's Purchase Intentions: The Mediating role of Customer Trust. *International Journal of Entrepreneurial Research*, 3(2), 41–48. <https://doi.org/10.31580/ijer.v3i2.1386>
- Marshus, S., & Mulyasih, R. (2022). PENGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATIONS (IMC) TERHADAP MINAT TOP UP SALDO PENGGUNA OVO DI MALL OF SERANG. *Jurnal Manajemen Perusahaan*, 1(8.5.2017).
- Munadie, N. A., & Widodo, T. (2019). Antecedents yang Mempengaruhi Mobile Game Loyalty dan Dampaknya terhadap In-App Purchase Intention. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, (1), 131–154.
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, (January 2022), 741. <https://doi.org/10.24843/jumpa.2022.v08.i02.p19>
- Naufaldi, I., & Tjokrosaputro, M. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use, Perceived Usefulness, dan Trust terhadap Intention To Use. *Jurnal Manajemen Bisnis*.
- Nurhanisah, Y. (2023). Orang Indonesia Makin Melek Internet. Retrieved from Indonesia Baik.id website: <https://indonesiabaik.id/infografis/orang-indonesia-makin-melek-internet#:~:text=Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara, sebanyak 210%2C03 juta pengguna.>
- Nurhayati, L., & Nurlinda, R. . (2022). Pengaruh Celebrity Endorser dan Customer Online Review pada Minat Beli Melalui Customer Trust di Tokopedia. *Jurnal Multidisiplin Madani*, 2(10), 3697–3705. <https://doi.org/10.55927/mudima.v2i10.1507>
- Osei-Frimpong, K., Donkor, G., & Owusu-Frimpong, N. (2019). The Impact of

- Celebrity Endorsement on Consumer Purchase Intention: An Emerging Market Perspective. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 27(1), 103–121. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1534070>
- Prasetio, A., Rahman, D. A., Sary, F. P., Pasaribu, R. D., & Sutjipto, M. R. (2022). The Role of Instagram Social Media Marketing Activities and Brand Equity Towards Airlines Customer Response. *International Journal of Data and Network Science*, 6, 1195–1200.
- Priansa, D. J. (2017). *Pemasaran Terpadu*. Bandung: Pustaka Setia Bandung.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, I. D. P. G. W., & Aristana, M. D. W. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP BRAND AWARENESS DAN PURCHASE INTENTION (Studi Kasus : SMK Kesehatan Sanjiwani Gianyar). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 11, 1035. <https://doi.org/10.24843/eeb.2020.v09.i11.p01>
- Rachmadhaniyati. (2021). Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9, 1124–1137.
- Raeisya Aurellia, M. (2022). *PENGARUH ULASAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIANKONSUMEN PADA PRODUK KOSMETIK MADAME GIE*.
- Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*.
- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompot Digital) Sebagai alat Pembayaran pada Masa Pandemi Covid – 19 di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 123–130. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6646>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono, P. D. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Jl. Wonosari Km.6 Demblakasari Baturetno Banguntapan Bantul Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. (2022). Perilaku Konsumen. *Magister Alfatah Kalijaga, S.T., M.T., C.G.L.*, 978-623–48(Eureka Media Aksara, November 2022 anggota Ikapi Jawa Tengah NO. 225/JTE/2021 Redaksi:).
- Suprihatin, W. (2020). Analisis Perilaku Konsumen Wisatawan Era Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pariwisata di Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Bestari*, 19(1), 56–66.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Radna Andi Wibowo.
- Widodo, T., & Gumilang, D. E. (2019). The Impact of Employee to Customer Relationship on Customer Loyalty. *International Journal of Engineering & Technology*, 8, 501-505.
- Widodo, T., & Utami, N. K. W. (2021). Repurchase Intentions on Zalora Indonesia: The Role of Trust, E-Commerce, and Product Evaluation. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 8(2), 339–351. <https://doi.org/10.33096/jmb.v8i2.899>
- Yohandi, S., Arwin, Y., & Ivone, L. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Di Fortunate Coffee Cemara Asri Deli Serdang. *SOSMANIORA: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 182–186. <https://doi.org/10.55123/sosmaniora.v1i2.451>