

DAFTAR PUSTAKA

- Agustini, M. P., & Komariah, K. (2022). Analisis Interaksi Sosial Konten Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik (Survey Pada Konsumen Produk Dear Me Beauty Di Kota Sukabumi). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 3(3), 1601-1610.
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49-61.
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522-529.
- Al Hafizi, N. A., & Ali, H. (2021). *Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom. Id Online News Portal. Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460-470.
- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi Dan Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120-136.
- Ayumi, B., & Budiatmo, A. (2021). Pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel intervening (studi pada konsumen Hypermart paragon semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(2), 1169-1176.
- Azwar (2010). *"Sikap Manusia teori dan Pengukurannya"*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bakti, Umar. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung." *Jurnal Ekonomi* 22.1 (2020): 101-118.
- Barnes et al. (2004). *"The role of mindfulness in romantic relationship satisfaction and responses to relationship stress"*. Unpublished senior honor's thesis, University of Rochester.
- Broutsou, A., dan Fitsilis, P., (2012) *"Online Trust: The Influence of Perceived Company's Reputation on Consumers' Trust and the Effects of Trust on Intention for Online Transactions"* Journal of Service Science and Management, 2012, 5, 365-372.

- Cugelman., et. al. “*Communication-based influence components model. In: Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology.*” New York, NY: Association for Computing Machinery; 2009 Presented at: The 4th International Conference on Persuasive Technology; April 26-29, 2009; Claremont, CA.
- Darmawan, Didit Darmawan Didit. "Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik." *Agrimas* 1.1 (2017): 28-37.
- Davis, F. D. 1989. "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology". *MIS Quart.* 13 319–339.
- Davis. F. D., Bagozzi. R. P., Warshaw. P. R. “*User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two Theoretical*” *Management Science*, Vol. 35, No. 8 (Aug., 1989).
- Davis. F. D., Venkatesh. V. (2000) “*A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies.*” *Management Science* 46(2):186-204.
- Dinev And Hart (2006) “*An extended privacy calculus model of e-commerce transactions*”. *Information Systems Research*, forthcoming.
- Dodds, W. B., Monroe, K. B., & Grewal, D. (1991) “*Effects of price, brand, and store information on buyers' product evaluations*”. *Journal of Marketing Research*, 28(3), 307-319.
- Durianto, Darmadi 2013. Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek (cet. ke-10). Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Eliza, R., & Sinaga, M. (2018). Pengaruh Youtube Beauty Vlogger Terhadap Minat Beli Konsumen dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi pada Pengguna Kosmetik Maybelline di Indonesia). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 63(1), 187–196.
- Fang, Y., Qureshi, I., Sun, H., McCole, P., Ramsey, E., & Lim, K. H. (2014). *Trust, satisfaction, and online repurchase intention. MIS quarterly*, 38(2), 407-A9.
- Ferdinand, (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, Augusty. (2007). *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen*. Semarang :FE UNDIP.
- Ferdinand. 2002. “*Metode Penelitian Manajemen : Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*” Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gefen, D., et al. "Trust and TAM in online shopping: an integrated model," MIS Quarterly (27:1), 2003, 51-90.
- Ghozali, Imam. 2012. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20". Semarang : UNDIP.
- Hamid, A. A., Razak, F. Z. A., Bakar, A. A., & Abdullah, W. S. W. (2016). *The effects of perceived usefulness and perceived ease of use on continuance intention to use e-government. Procedia economics and finance*, 35, 644-649.
- Hansen, T. 2006. "Determinants of Consumers' Repeat Online Buying of Groceries," *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research* 16 (1): 93-114.
- Hariyanti, N. T., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern. *Jurnal Eksekutif* Volume 15, 5
- Hellier, et al. 2003. "Customer Repurchase intention . *European Journal of Marketing*", Vol. 37 Iss 11/12 pp. 1762 - 1800.
- Hellier, p. k., Geursen, G. M., Carr, R. A. (2003). "Customer repurchase intention: A general structural equation model". *European journal of Marketing*, 37(11/12), 1762-1800.
- Hicks., et. al. "Preliminary development of a clinical prediction rule for determining which patients with low back pain will respond to a stabilization exercise program" *Arch PhysMed Rehabil*. 2005;86:1753-1762. <http://dx.doi.org/10.1016/j.apmr.2005.03.033>.
- HR, SA Marivan, Kurniawati Kurniawati, and Yolanda Masnita. "Kredibilitas Social Media Influencer Marketing terhadap Minat Beli: Hedonisme Sebagai Moderasi." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 23.2 (2022): 130-145.
- Hsin Chang, H., & Wen Chen, S. (2008). "The impact of online store environment cues on purchase intention: Trust and perceived risk as a mediator". *Online Information Review*, 32(6), 818-841.
- <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20180214133945-37-4379/ini-fakta-fakta-belanja-online-di-dunia/2>.
- https://www.researchgate.net/figure/Internet-users-in-Indonesia-Source-Indonesian-Internet-Service-Providers-Association_fig1_320145563.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee.

- Jurnal Manajemen Pemasaran, 14(1), 35–43.
<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Jogiyanto. (2008). *“Teori Portofolio dan Analisis Investasi”*. Edisi Kelima, BPFE. Yogyakarta.
- Kamilah, Ghina, and Aniek Wahyuati. "Pengaruh labelisasi halal dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.2 (2017).
- Kementrian Peindustrian Republik Indonesia (2020). *Perkembangan Impor Kelompok Olahan Produk Susu Lainnya*. Dipetik Desember, 2021, dari kemenprin.co.id: <https://kemenprin.go.id/statistik/barang.php?ekspor=&kode=202010043>
- Kotler et al. (2004). *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. Principles Of Marketing, Edisi 14, NewJersey: Prentice-Hall Published
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2012. Principles Of Marketing, Edisi 14, NewJersey: Prentice-Hall Published
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen pemasaran Jilid 1. In Jakarta (13th ed.)
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Marketing Manajemen 15. New Jersey, Pearson.
- Lengkawati, Arti Sukma, and Taris Qistan Saputra. "Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut)." *Prismakom* 18 (2021): 32-40.
- Liang, L. J., Choi, H. C., Joppe, M. (2018). *“Understanding repurchase intention of Airbnb consumers: perceived authenticity, electronic word-of-mouth, and price sensitivitas”* Journal Of Travel & Tourism Marketing. Volume 35. Issue 1 : Shareable Tourism : Tourism Marketing In The Sharing.
- Lidyawatie. 2008. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta

- Ling., et. al (2010). “*The Effects of Shopping Orientations, Online Trust, Prior Online Purchase Experience toward Customers’ Online Purchase Intention*” *International Business Research*, Vol 3 No. 3 pp. 63-75.
- Lubis, Desy Irana Dewi, and Rahmat Hidayat. "Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan." *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen* 5.1 (2019).
- Lynda, A., Jillian, M. (2015). “*Re-examining online customer experience to include purchase frequency and perceived risk*”. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 25, pp. 81-95.
- Muhammad Fajar Muharram (2019). "*Dampak pengaruh Reputation, Credibility, Integrity, Product and Service Quality Terhadap Online Trust*".
- Mowen, J. C., Minor. M. (2002). “*Perilaku Konsumen*”. Jakarta : Erlangga.
- Nasution, Asrizal Efendy, and Muhammad Taufik Lesmana. "Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan)." *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*. Vol. 1. No. 1. 2018.
- Nulufi, Kris, and Murwartiningsih Murwartiningsih. "Minat Beli sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan." *Management Analysis Journal* 4.2 (2015).
- Nurmansyah, (2018), Pengantar Manajemen Pemasaran, Unilak Press, Jakarta.
- Pratiwi, Meilawati Indra. "PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA DAN INFLUENCER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH MAKAN SE'I SAPIKU SURABAYA." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 9.3 (2021): 1417-1427.
- Puspita, Cindy Mega, and Agung Budiatmo. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9.3 (2020): 268-275.
- Razak, Nurhanan, S. A., Marimuthu, M., Mamat, M., (2013). “*Co-Creating Experience Value: The Next Practice Of Value Creation Towards Online Repurchasing Intention*

In Tourism Services” 4 Th International Conference On Business And Economic Research (4Th Icber 2013) Proceeding. ISBN: 978-967-5705-10-6.

- Salsabiela, Fauzia Hanum, Sari Listyorini, and Dinalestari Purbawati. "Pengaruh Pemilihan Brand Ambassador dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Konsumen Kopi Lain Hati Wonosobo." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 11.3 (2022): 504-513.
- Saputra, F., & Mahaputra, M. R. (2022). Relationship of Purchase Interest , Price and Purchase Decisions to IMEI Policy (Literature Review Study). *Journal of Low Politic and Humanities*, 2(2), 71–80.
- Sari, Cinthya Ryana, and Agus Molana Hidayat. "Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Uniqlo." *eProceedings of Management* 8.2 (2021).
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2017). *Perilaku Konsumen* (Zoelkifli (ed.)). PT. Indeks.
- Septiani, Fauziah. "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Pt Asuransi Jiwa Recapital Di Jakarta)." *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi* 1.2 (2017): 273-288.
- Singarimbun, M., & Sofian, E. (2011) *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- Sriyanto, Agus, and Aris Wahyu Kuncoro. "Pengaruh brand ambassador, minat beli, dan testimoni terhadap keputusan pembelian (studi pada situs jual beli online shop shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur periode februari–april 2018)." *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen* 8.1 (2019): 21-34.
- Sudha, M & Sheena K. 2017. "Impact Of Influencers In Consumer Decision Process: The Fashion Industry." *Jurnal A Quartely* (14-30). SCMS Of Indian Management
- Sugiyono (2014). "*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*". Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. bandung: Alfabeta
- Suliyanto (2011). "*Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS. CV. ANDI*

OFFSET", Yogyakarta.

Tjiptono Fandy, Ph.D. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esensi & Aplikasi. Andi, Yogyakarta

Uyuun, Sifa Nur. "Pengaruh Influencer Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Feb Unesa." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan* 1.2 (2022): 164-174.

Yodi, H. P., S. Widyastuti, and L. S. Noor. "The effects of content and influencer marketing on purchasing decisions of fashion erigo company." *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting* 1.2 (2020): 345-357.

Yucha, Nikma, and Septiana Nur Safitri. "PENGARUH BAURAN PEMASARAN, SUASANA KAFE DAN MINAT BELI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI INTANO COFFEE SHOP AND ROASTERY KRIAN." *IQTISHADEquity jurnal MANAJEMEN* 3.1 (2021): 180-186.

Yulia W. Sullivan, Dan J. Kim (2018). "Assessing the effects of consumers' product evaluations and trust on repurchase intention in e-commerce environments. International". *Journal of Information Management* 39 (2018) 199-219.

Yunovirul, Dwi. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL MEDIASI." *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi*. Vol. 7. No. 1. 2022.

Widiyanto (2008). Pointers: Metodologi Penelitian. BP Undip, Semarang.

Widyarini & Putro. (2008). "Analisis Hubungan Faktor-faktor *Technology Acceptance*, *Trust*, dan *Risk* pada Niat Nasabah Bank untuk Menggunakan Internet Banking". The 2nd National Conference UKWMS.

Wiliana, Eneng, and Nining Purwaningsih. "Pengaruh *Digital Marketing* dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Kuliner Di Kota Tangerang Di Masa COVID-19." *MAMEN: Jurnal Manajemen* 1.3 (2022): 242-251.

- Zaki, M. "Pengaruh Influencer Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Digital Era Modern."
Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA) 1.2 (2018): 14-23.
- Zhang L, et al. (2011). Application of simultaneous saccharification and fermentation (SSF) from viscosity reducing of raw sweet potato for bioethanol production at laboratory, pilot and industrial scales. Bioresour Technol 102(6):4573-9.