

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, A. J. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5(2).
- Afriyanto, J., Simarmata, P., & Sembiring, R. 2020. Analisa Keputusan Pembelian Konsumen Di Instagram. *In Prosiding BIEMA (Business Management, Economic, and Accounting National Seminar)* (Vol. 1, pp. 548-560)
- Arianty, N., & Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Ernawati, S., & Dwiriansyah, M.S. 2021. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM di Kota Bima. *Journal Scientific of Mandalika (JSM)*, 2(10), 525-531.
- Evangelista, Putri (2022) *PENGARUH PEMASARAN MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA PASAR ONLINE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Shopee Di Kelurahan Kayu Putih Jakarta Timur)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Farisi, S. 2018. Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu. *In Prosiding The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018*.
- Huda, Isra Ul., Karsudjono, A.D., & Darmawan, R. 2021. Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 32-40.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/23/berapa-usia-mayoritas-pengguna-media-sosial-di-indonesia>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/27/produk-fesyen-paling-banyak-dicari-konsumen-saat-belanja-online>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/16/e-commerce-terimbas-pandemi-covid>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021/>. Diakses tanggal 15 Desember 2021.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/12/19/pedagang-online-mayoritas-tawarkan-dagangan-lewat-pesan-instan>. Diakses tanggal 12 April 2022.
- Indarti, I., Nurhajati, N., & Asiyah, S. 2020. Pengaruh Smart Digital Content Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Millennial Aneka Sport Malang. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(08).
- Indrawati, Devi. 2015. PENGARUH CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP HEDONIS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB “ZOYA”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 302-319.
- Irmawati, Dita. 2017. *Pengaruh atribut produk terhadap keputusan pembelian konsumen daster bordir Marsalia Malang / Dita Irmawati*. Diploma thesis, Universitas Negeri Malang.

- Kamener, D. 2016. PERAN KEPUASAN MEMEDIASI PENGARUH ATRIBUT PRODUK, DAN PENGETAHUAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN. *Jurnal Benefita*, 1(2), 95-104
- Khoirotunnisa, A., & Dhewi, T. S. 2016. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen. *Ekonomi Bisnis*, 21(1), 28-35
- Madjid, C. A. 2020. *Pengaruh Konten Komunikasi Pemasaran terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen pada Akun Instagram @hijacksandals*. Doctoral dissertation, Universitas Bakrie
- Mahanani, E. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com*. *IKRAITH HUMANIORA*, Vol. 2
- Miati, I. 2020. Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71-83
- Mileva, Lubiana. 2018. *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian*. Sarjana thesis, Universitas Brawijaya
- Miliza Ghazali, *Buat Duit Dengan Facebook dan Instagram : Panduan Menjana Pendapatan dengan Facebook dan Instagram*, (Jakarta: Publishing House, 2016), h. 8
- Mumpuni, A., & Cahyani, L. 2021. Pengaruh Content Marketing melalui Instagram terhadap Brand Image Konsumen. *Prosiding of Applied Science* Vol. 7 No. 3, Bandung: Juni 2021. Hal. 311-321
- Nabhan, Haidar (2017) *Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Toko Faiza Bordir Bangil)*. Undergraduate (S1) thesis, University of Muhammadiyah Malang.
- Nazah, I.S., Hartati, T., & Siambaton, E. 2017. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Epigram*, 14(1), 51-58
- Nugroho, A. (2018). *Pengaruh Citra Merek Dan Media Iklan Instagram, Terhadap Keputusan Pembelian Produk Vans Pada Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis UMSU* (Doctoral dissertation).
- Oscar, B., & Megantara, H.C. 2020. Pengaruh Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 10(1),
- Pradana, M., & Reventiary, A. 2016. PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU MEREK CUSTOMADE. *Jurnal Manajemen*, 6(1)
- Prasetya, A. Y., Astono, A.D., & Ristianawati, Y. 2021. Analisa Strategi Pengaruh Influencer Marketing di Social Media Online Advertising dan Content Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT)*, 12(2), 138-151
- Prasetyaningsih, E., & Astini, R. 2016. Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan pada Wanita Karir di Jakarta,. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 626-640
- Prasetyo, Alfian Singgih (2021) *Pengaruh Pemasaran Sosial Media Instagram Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Produk Fesyen Muslim Sabhira*. Other thesis, Universitas Komputer Indonesia.

- Purwaningsih, N., & Susanto, F. 2021. Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Prosiding of Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Puspayani, S., Jessica, J., & Budiarto, B. 2021. Pengaruh Konten Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 6(8), 4084-4092.
- Riswandi, I. 2016. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis (UNISBA)).
- Runiasari, M. 2021. Analisis Kualitas Konten dan Interaktivitas Merek dalam Meningkatkan Niat Beli Konsumen pada Merek Fesyen Melalui Instagram Menggunakan Paradigma SOR. *Prosiding of The 12th Industrial Research Workshop and National Seminar*, Bandung: 4-5 Agustus 2021. Hal. 1648-1655
- Sanjiwani, N.M.D., & Suasana. 2019. PERAN BRAND IMAGE DALAM MEMEDIASI PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen*, 8(11), 6721-6740
- Saputra, S.T., Hidayat, K., & Sunarti. 2017. PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 85-95
- Suciningtyas, W. 2012. Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Media Communication terhadap Keputusan Pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1)
- Sudarsono. 2020. Pengaruh Big Data, Content Marketing, Artificial Neural Networks Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian Secara Online di Indonesia. *Seminar Nasional Kepariwisata*, 1(1), 286-299
- Supangkat, A.H. 2017. PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS DI INTAKO. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9)
- Supriyadi., Wiyani, W., & Indra K.N, G. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 4(1), 74-85
- Wijayanti, R. F. 2015. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 6
- Yudanta, Raditya Harja (2021) *PENGARUH CITRA MEREK, MEDIA INSTAGRAM DAN CELEBRITY ENDORSMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK FYC (Studi Kasus di FYC Footwear Store Bekasi)*. Skripsi thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.
- Yusuf, R., Hendrayati, H., & Wibowo, L.A. 2020. PENGARUH KONTEN PEMASARAN SHOPEE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PELANGGAN. *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial (JMPIS)*, 1(2), 506-515