

DAFTAR PUSTAKA

- Albari & Safitri, I. (2018). *The Influence of Product Price on Consumers' Purchasing Decisions*. Review of Integrative Business and Economics Research, 7 (2), 328-337.
- Alverina, D., & Syarif, R. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta*. Jurnal Ikraath-Ekonomika. 6(2), 113-122. E-ISSN : 2654-7538. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA>
- Amanda , Leonita Cahya. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Sosial Media, Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Babeh Street Surabaya*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 1-16. E-ISSN : 2461-0593.
- Aprilliyani. (2020). *Pengaruh Media Sosial Instagram Vhiendy Savella, Citra Merek, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Onlinekakpin.Stuff)*. Skripsi. Sekola Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Barreda, A. A., Nusair, K., Wang, Y., Okumus, F., & Bilgihan A. (2020) *The impact of social Media activities on brand image and emotional attachment*. Journal of Hospitality and Tourism Technology, 11 (1), 109-135.
- Dewi, T. W. T., Suhaim, S. P., & Oktaviani, Suhaim, V. (2024). *Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Pada Toko Online Shopee*. Jurnal Media Wahana Ekonomika. 20(4), 816 – 825.

ISSN16934091.<https://jurnal.univpgripalembang.ac.id/index.php/Ekonomika/index>

Endrayana, J. P. M., & Retnasari, D. (2021). *Penerapan Sustainable Fashion dan Ethical Fashion Dalam Menghadapi Dampak Negatif Fast Fashion*. Journal UNY.

Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). *Pengaruh Citra merek, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang*. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, 3(1), 1-13.

Fredy Wijaya (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di di Surabaya*.

Gunnelius, Susan. (2013). *30-minute Social Media Marketing*. United States (US) McGraw-Hill Companies.

Hanaysha, J. R. (2018). *An examination of the factors affecting consumer's purchase decision In the Malaysian retail market*. PSU Research Review, 2 (1), 7-23

Harefa, H. S., Damanik, M. J., Siagian, E., & Haloho, H. (2022). *Analisis Perlindungan Hak Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Univeristas Sari Mutiara Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan, 85-94.

Haug, A., & Busch, J. (201). *Toward an Ethical Fashion Framework 2015*.
<https://doi.org/10.1080/132704X.2015.108225>.

Iskandar, F. H., & Assa, A. F. (2022). *Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh Citra merek*. Fair Value : Jurnal Ilmiah

Akuntansi dan Keuangan. 4(8), 3584-3595. P-ISSN: 2622-2191.

<https://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue>.

Junawan, H., & Laugu, N. (2020). *Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram Dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi. 4(1), 41–57.

Kotler, P & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: PT Indeks.

Kristiawan, T. A., & Keni, K. (2020). *Pengaruh Packaging, Social Media Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Busana Brand Lokal*. Development Research Of Management, 15 (2).

Kurniawan, K. Y. & Albari. (2023). *Pengaruh Media Sosial dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Varian Produk Merek Apple Lini Terbaru (Citra Merek sebagai Variabel Mediasi)*. Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan.

11(1), 52-66. E-ISSN: 2623-1964 DOI:

<https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>. e-ISSN: 2623-1964 DOI:

<https://doi.org/10.47668/pkwu.v11i1.566>

Kurnia, N. D., Johan, r. C., & Rullyana, G. (201). *Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di Upt Perpustakaan Itenas*. Edulib, 8(8), 1–17.

Martoyo, Nanani. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta. Rajawali Pers.

Nadhril Adabi (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome di Witel Telkom Depok*. Jurnal Manajemen , Vol 12 , Universitas Muhammadiyah.

Nasrullah, Rull. 2017). *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Nayiroh, S. N., Dwiantari, S., Fala, M. R. A., & Naziha, M. F. A. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*. Solusi : Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. 21(1), 414-422. P-ISSN : 1412-5331.

Prasad, S., Garg, A., & Prasad, S. (2019) *Purchase decision of generation Y in an online Environment*, *Marketing Intelligence & Planning*, 37 (4), 372 - 385.

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati. (2017). *Pengaruh Harga Kualitas, dan Citra Merek Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Motor*. KINERJA, 14(1), 16-23. ISSN: 1907-2011

Priansa, Donni. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: AlfabetaFa.

Putri, H. Y., Pradhanawati, A., & Seno, A. H. D. (2022). *Pengaruh Promosi Media Sosial Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kosmetik Pond's (Studi Kasus pada Toko Jun Kosmetik di Kota Solok)*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis. 11(2), 359-369. E-ISSN 2746-1297.

Raji, R. A., Rashid, S., & Ishak, S. (2019). *The mediating effect of brand image on the Relationships between social media advertising content, sales promotion content and Behaviuoral intention*. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 13 (3), pp. 302-330.

Silalahi, Ulber. (2015) *Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*. Bandung. PT. Reifika Aditama.

Simatupang, J. P., Siagian, N., & Sihombing, N. E. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo Melaluibrand Image Di Shopee*. Jispol : Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik. 3(2), 149-169. ISSN:2798-5024. DOI:10.51622.

<https://ejournal.uhn.ac.id/index.php/sosialpolitik>.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung. Penerbit Alfabeta.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran (4th ed.)*. CV. Andi Offset.

Yunaida, E. (2017). Pengaruh Brand Image (Citra Merek) terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube di Kota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam, 6(2), 798-807.

Zhafira, I., Dahmiri, & Hasbullah, H. (2020). *Pengaruh store atmosphere dan keragaman produk terhadap Minat beli konsumen di Miniso Jambi Town Square*. Jurnal Dinamika Manajemen. 8(2), 79-84, ISSN: 2338-123X.

Internet:

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-produk-dengan-nilai-belanja-terbesar-di-e-commerce-indonesia-2023>

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/07/daftar-media-sosial-dengan-jangkauan-iklan-tertinggi-di-dunia#>