

DAFTAR PUSTAKA

- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Ahadiah, A., Faqih, A. R., Alfiyyahnita, T., & ... (2023). Kajian Literatur Dampak Pengaruh Teknologi Digital Dan Brand Ambassador Terhadap Perilaku Konsumen. *Innovative: Journal Of...*, 3, 604–614. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2253%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/2253/1615>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., & Hidayati, L. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Generasi Z Dalam Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(2), 144–159. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i2.75>
- Awang Surya, & Wilarso, W. (2022). Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 23–28. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i1.3524>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2023*.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Della Irona, V., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destriy, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press.
<https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAAQBAJ>
- Di, K., & Labuhanbatu, U. (2022). 3 1,2,3. 8721, 1669–1676.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbing. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Fahmi, I., Dan, K., Kerja, D., Kinerja, T., Dan, K., Kerja, M., & Kepemimpinan, G. (2021). *SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DINAS PARIWISATA*. 3(1), 52–64.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hamiyah, S. N. U. R. (2020). *Oleh : siti nur hamiyah 16610085*.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (n.d.). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=iP56EAAAQBAJ>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>

- I Wayan Suyadnya Putra, S. P. M. M. (n.d.). *Manajemen Ritel - Teori dan Strategi*. Guepedia. <https://books.google.co.id/books?id=PvMaEQAAQBAJ>
- Izzaty Mindiasri, I., Priharsari, D., & Purmono, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042.
- Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education, Inc.
- Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645–1650. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>
- Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=IYRTEAAAQBAJ>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28–36. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.113>
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi

- Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino'S Pizza Deltasari Sidoarjo). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>
- Nursa'adah, I., Prawesty, N. N., & Lestari, D. F. (2022). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Transportasi Online Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 13–22. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.137>
- PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FOMO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA GEN Z PENGGUNA SHOPEE PAY LATER** Defi Puspitasari , Jazilatul Chikmiyah Universitas Muhammadiyah Surabaya Email puspitaadf99@gmail.com Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk m. (2024). 3(1), 139–143.
- Prayoga, W., Hendrayati, H., Nur, L., & ... (2022). Perilaku Konsumen dalam Pertimbangan Pembelian Tiket Melalui KAI Access berdasarkan Kualitas Jasa, Citra Merek, Persepsi Harga. *Jurnal Ilmu Manajemen ...*, 13(1), 17–30. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/42521%0Ahttps://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/download/42521/18925>
- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2018). *Analisis Data Penelitian Marketing : Perbandingan Hasil antara Amos , SmartPLS , WarpPLS , dan SPSS Untuk Jumlah*

Sampel Besar. 2(4), 216–227.

- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/jocep.v15i1.226>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Rusli, T. S., Kemala, R., Nazmi, R., Sepriano, S., Pemata, N. G., & Efitra, E. (2024). *PENDIDIKAN KARAKTER GEN-Z : Tips dan Trik Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=7kMhEQAAQBAJ>
- Steven, J., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2023). *E-Service Quality , E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee*. 11(2), 267–278. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Suparno dan Endy. (2005). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 4(80), 4.
- Terhadap, M., & Pembelian, K. (2020). *Pengaruh promosi, kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi snobby di kota batam*.
- Widiawati, D., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorcer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Tesla*, 1(1), 9–15.

- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>
- Agustin, N., & Amron, A. (2022). Pengaruh Influencer Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Skincare Pada Tiktok Shop. *Kinerja*, 5(01), 49–61. <https://doi.org/10.34005/kinerja.v5i01.2243>
- Ahadiah, A., Faqih, A. R., Alfiyyahnita, T., & ... (2023). Kajian Literatur Dampak Pengaruh Teknologi Digital Dan Brand Ambassador Terhadap Perilaku Konsumen. *Innovative: Journal Of ...*, 3, 604–614. <http://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/2253%0Ahttp://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/download/2253/1615>
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Ardhana, V. Y. P., Mulyodiputro, M. D., & Hidayati, L. (2023). Optimalisasi Digital Marketing Bagi Generasi Z Dalam Pengembangan Pemasaran Berbasis Teknologi. *Jurnal Pengabdian Literasi Digital Indonesia*, 2(2), 144–159. <https://doi.org/10.57119/abdimas.v2i2.75>
- Awang Surya, & Wilarso, W. (2022). Pendampingan Dasar-Dasar Strategi Pemasaran dalam Era Digital untuk UMKM Kecamatan Cileungsi. *Wikrama Parahita : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 23–28. <https://doi.org/10.30656/jpmwp.v6i1.3524>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Kabupaten/Kota di Provinsi DKI Jakarta (Jiwa), 2023*.
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>

- Cahyadi, universitas buddhi dharma. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Della Irona, V., & Triyani, M. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen: kualitas produk, harga dan promosi (literature review smm). *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(1), 174–185. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i1.26>
- Dewi, W. W. A., Febriani, N., Destrity, N. A., Tamitiadini, D., Illahi, A. K., Syauki, W. R., Avicenna, F., Avina, D. A. A., & Prasetyo, B. D. (2022). *Teori Perilaku Konsumen*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=RbyfEAAAQBAJ>
- Di, K., & Labuhanbatu, U. (2022). 3 1,2,3. 8721, 1669–1676.
- Fadhila, S., Lie, D., Wijaya, A., & Halim, F. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Mawar Balimbingan. *SULTANIST: Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(1), 53–60. <https://doi.org/10.37403/sultanist.v8i1.177>
- Fahmi, I., Dan, K., Kerja, D., Kinerja, T., Dan, K., Kerja, M., & Kepemimpinan, G. (2021). *SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA DINAS PARIWISATA*. 3(1), 52–64.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro.
- Hamiyah, S. N. U. R. (2020). *Oleh : siti nur hamiyah 16610085*.
- Hartanto, B., & Indriyani, L. (n.d.). *Minat Beli di Marketplace Shopee*. PT Inovasi Pratama Internasional. <https://books.google.co.id/books?id=iP56EAAAQBAJ>
- Hasan, M., Shofa, N., Thaief, I., Ahmad, M. I. S., & Tahir, T. (2021). Bagaimana Pengetahuan Kewirausahaan Mempengaruhi Minat Berwirausaha Generasi Z melalui Efikasi Diri? *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 300.

<https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.36975>

I Wayan Suyadnya Putra, S. P. M. M. (n.d.). *Manajemen Ritel - Teori dan Strategi*. Guepedia. <https://books.google.co.id/books?id=PvMaEQAAQBAJ>

Izzaty Mindiasri, I., Priharsari, D., & Purmono, W. (2023). Eksplorasi Pengaruh Live Shopping terhadap Minat Beli Konsumen dalam Berbelanja Online dengan Metode Systematic Literature Review. *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 7(3), 1039–1042.

Kasman, H. (2023). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Inconnet (Studi Kasus Perumahan Sidomulyo Pekanbaru). *Jotika Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2), 91–99. <https://doi.org/10.56445/jme.v2i2.71>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (8th ed.). Pearson Education, Inc.

Linardi, R. L., Goh, T. S., Julitawaty, W., & Syawaluddin. (2022). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli pada PT. Mulia Cipta Abadi Medan. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 22(3), 1645–1650. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v22i3.2665>

Moko, W., Basuki, A., & Risanto, Y. (2021). *Manajemen Kinerja: Teori dan Praktik*. Universitas Brawijaya Press. <https://books.google.co.id/books?id=IYRTEAAAQBAJ>

Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.

Nabila, L. N., Utama, F. P., Habibi, A. A., & Hidayah, I. (2023). Aksentuasi Literasi pada Gen-Z untuk Menyiapkan Generasi Progresif Era Revolusi Industri 4.0. *Journal of Education Research*, 4(1), 28–36. <https://doi.org/10.37985/jer.v4i1.113>

- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis Pencarian Informasi Remaja Generasi z dalam Proses Pengambilan Keputusan Belanja Online (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 4(2), 146. <https://doi.org/10.30829/komunikologi.v4i2.8377>
- Novitasari Albar, D., & Setyo Iriani, S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino'S Pizza Deltasari Sidoarjo). *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 717–736. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.86>
- Nurhalim, A. D. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Generasi Z Dan Generasi Milenial Di Indonesia Terhadap Zara. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 26–41. <https://doi.org/10.52859/jbm.v10i2.204>
- Nursa'adah, I., Prawesty, N. N., & Lestari, D. F. (2022). Analisis Persepsi Generasi Z Terhadap Kualitas Layanan Transportasi Online Di Kota Tasikmalaya. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(4), 13–22. <https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i4.137>
- PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN PENGGUNAAN DAN FOMO TERHADAP PEMBELIAN IMPULSIF PADA GEN Z PENGGUNA SHOPEE PAY LATER** Defi Puspitasari , Jazilatul Chikmiyah Universitas Muhammadiyah Surabaya Email puspitaadf99@gmail.com *Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk m.* (2024). 3(1), 139–143.
- Prayoga, W., Hendrayati, H., Nur, L., & ... (2022). Perilaku Konsumen dalam Pertimbangan Pembelian Tiket Melalui KAI Access berdasarkan Kualitas Jasa, Citra Merek, Persepsi Harga. *Jurnal Ilmu Manajemen ...*, 13(1), 17–30. <https://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/view/42521%0Ahttps://ejournal.upi.edu/index.php/mdb/article/download/42521/18925>

- Purwanto, A., Asbari, M., & Santoso, T. I. (2018). *Analisis Data Penelitian Marketing : Perbandingan Hasil antara Amos , SmartPLS , WarpPLS , dan SPSS Untuk Jumlah Sampel Besar*. 2(4), 216–227.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 7(1), 25. <https://doi.org/10.19184/ejeba.v7i1.14849>
- Rosita, D., & Novitaningtyas, I. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah pada Konsumen Mahasiswa. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 4(4), 494–505. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i4.200>
- Rusli, T. S., Kemala, R., Nazmi, R., Sepriano, S., Pemata, N. G., & Efitra, E. (2024). *PENDIDIKAN KARAKTER GEN-Z : Tips dan Trik Mendidik Karakter Gen-Z bagi Pendidik*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=7kMhEQAAQBAJ>
- Steven, J., Ramli, A. H., & Mariam, S. (2023). *E-Service Quality , E-Wallet Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Pada Pengguna Pembayaran Non Tunai Aplikasi Shopee*. 11(2), 267–278. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.1997>
- Suparno dan Endy. (2005). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. *Convention Center Di Kota Tegal*, 4(80), 4.
- Terhadap, M., & Pembelian, K. (2020). *Pengaruh promosi, kualitas dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk perlengkapan bayi snobby di kota batam*.

- Widiawati, D., Hidayatullah, S., & Alvianna, S. (2021). Pengaruh Celebrity Endorcer Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Tesla*, 1(1), 9–15.
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96–102. <https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

