## DAFTAR PUSTAKA

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Arda, Mutia, and Dewi Andriany. 2019. “Analisis Faktor Stimuli Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian Online.” *Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi* 6681: 433–40.

Maddinsyah, Ali. 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty.” *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)* 3 (2): 374. https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438.

Nugroho, Santi Duwi Putri, Mintarti Rahayu, and Raditha Dwi Vata Hapsari. 2022. “The Impacts of Social Media Influencer’s Credibility Attributes on Gen Z Purchase Intention with Brand Image as Mediation.” *International Journal of Research in Business and Social Science (2147- 4478)* 11 (5): 18–32. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v11i5.1893.

Pratama, Rendy Ristia, and Raditya Pratama Putra. 2023. “Strategi Komunikasi Pemasaran Daring Melalui Kolaborasi Brand,” 581–88.

Roni, Jajang, Aunul Kholik, and Irawan R D Budianto. 2023. “Literatur Review : Penerapan Strategi Pemasaran Digital Dan Kolaborasi Influencer Dalam Meningkatkan Kesadaran Merek” 2 (2): 422–29.

Sudirjo, Frans, Titik Purwati, Yusuf Unggul Budiman, and Meldi Manuhutu. 2018. “Analisis Dampak Strategi Pemasaran Digital Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan: Perspektif Industri E-Commerce.” *Jurnal Pendidikan Tambusa* 7 (August): 7524–32. https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/7422.

Warningrum, Sumar Liyana. 2023. “Pengaruh Promosi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Skintific Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.” *Jurnal Riset Manajemen* 1 (3): 13–21. https://doi.org/10.54066/jurma.v1i3.585.

Yunaida, Erni. 2017. “Pengaruh Brand Image (Citra Merek) Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Oli Pelumas Evalube Di Kota Langsa.” Vol. 6.

Nabila Putri Sakinah, and Ismunandar Ismunandar. 2022. *“Analisis Loyalitas Pelanggan Pada Skincare Wardah Dikota Bima.”* *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis* 1(2):38–43. doi: 10.55784/jueb.v1i2.107.

Reken, Feky, Basri Modding, and Ratna Dewi. 2020. *“Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Ciputra Tallasa Jo Makassar.” Tata Kelola 7(2):142–53. doi: 10.52103/tatakelola.v7i2.144*.

Anggraeni, Rahma, and Bambang Sutedjo. 2024*. “THE INFLUENCE OF BRAND TRUST AND CUSTOMER VALUE ON PURCHASE INTENTION AND CUSTOMER LOYALTY (Study on Working Women Who Use Wardah Cosmetics) PENGARUH KEPERCAYAAN MEREK DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP MINAT BELI DAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN (Studi Pada Wanita Bekerja Pengguna Kosmetik Wardah).” 7.*

Putri, Anin Dita Eko, and Yanto Ramli. 2019. *“Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Memperhatikan Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Pada Produk Kosmetik Wardah.”* *Jurnal SWOT* 9(1):11–21.

Keller, kotler. 2021. *Manajemen Pemasaran*. Edisi keen.

Riyanto, Joko, and Muchayatin Muchayatin. 2023. *“Pengaruh Digital Marketing Dan Customer Relationship Marketing Terhadap Loyalitas Konsumen Traveloka Di Kota Semarang.”* *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan* 2 (1): 49–56. https://doi.org/10.55606/jimak.v2i1.899.

Aryani, Menik. 2021. “Analisis Digital Marketing Pada Hotel Kila Di Kabupaten Lombok Barat Terhadap Kepuasan Konsumen.” *Jurnal Visionary : Penelitian Dan Pengembangan Dibidang Administrasi Pendidikan* 6 (1): 22. https://doi.org/10.33394/vis.v6i1.4085.

Agmeka, Fanni, Ruhmaya Nida Wathoni, and Adhi Setyo Santoso. 2019. *“The Influence of Discount Framing towards Brand Reputation and Brand Image on Purchase Intention and Actual Behaviour in E-Commerce.” Procedia Computer Science 161: 851–58. https://doi.org/10.1016/j.procs.2019.11.192.*

Philip Kotler, kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edited by 15.

Amilia, Suri. 2017. *“Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk” 6 (1): 94–105.*

Riadi, Muhammad, Jeni Kamase, and M. Mapparenta. 2021. *“Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Mobil Toyota (Studi Kasus Pada PT. Hadji Kalla Cabang Alauddin).”* *Journal of Management Science (JMS)* 2 (1): 41–60. https://doi.org/10.52103/jms.v2i1.320.

Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L Samadi. 2022. *“Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi).*” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 10 (3): 953. https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524.

Sugiyono. n.d. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D / Sugiyono*. Bandung: Alfabeta, 2021 ©2021.

Sugiyono. n.d. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.