

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, N., & Difa, S. A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Pt Nirwana Gemilang Property. *JURNAL DISRUPSI BISNIS*, 3(2), 108–119.
- Desi Peburiyanti, S. (2020). Pengaruh Promosi, Variasi Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Pada Butik Kanabini di Tenggarong. *JEMI*, 20(1), 29–39.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermawan, E. (2023). Literature Review Perilaku Konsumen: Loyalitas Pelanggan, Pembelian Ulang dan Minat Beli. *Jurnal Greenation Ilmu Akuntansi*, 1(1), 1–13. <https://doi.org/10.38035/jgia.v1i1.6>
- Kisowo, G. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Mahakarya Kemasan Digital. *Jurnal of Management and Social Sciences*, 1(3), 211–219. <https://doi.org/10.59031/jmsc.v1i3.172>
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education Limited.
- Krisno Wisnuadi. (2025, March 29). *Statistik Menarik Industri Digital di Indonesia Tahun 2025*. Dipstrategy.
- Kusumawati, T. D. (2021). *Analisis Tingkat Kepuasan Mahasiswa STIE Gentiaras Bandar Lampung*. 2(2).
- Lailiawati, N. (2022). Pengaruh Content Marketing, Frekuensi Penayangan Iklan, dan Kualitas Pelayanan dalam Sosial Media (Instagram) terhadap Impulse Buying (Studi Kasus pada Toko Fashion Qomeshop Kota Kediri). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7(1), 906–915. <https://databoks.katadata.co.id>.
- Mukarromah, U., Sasmita, M., & Rosmiati, L. (2024). Pengaruh Konten Marketing Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Dimediasi Minat Beli Pada Pengguna Aplikasi Shopee. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(1), 312–325. <https://doi.org/10.59581/jmki-widyakarya.v2i1.2721>
- Pasaribu, A. F., Fadhila Rahma, T. I., & Dharma, B. (2023). Pengaruh Content Marketing, Viral Marketing Dan Influencer Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada Mahasiswa. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 10(2), 81–93. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v10i2.4432>
- Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 898–906.

- Rahmawan, A., Purwatiningsih, P., & Rini, R. S. (2024). Pengaruh Influencer Marketing dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 5(3), 2654–8151. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/makreju/article/view/3755>
- Rohali, A. P., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Sosial Media Marketing Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Kembali. *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 6(3), 420–430. <https://doi.org/10.36985/x7jdm487>
- Sandria, W., Kusumawati, T. D., Reza, V., & Reza, V. (2022). An Analysis of the Impact of Promotion Strategies on Buying Decision and Buying Amount on Dunkin' Donuts Jambi, Indonesia Wella Sandria 1 , Theresia Dhian Kusumawati 2 , Veni Reza 3 , Veni Reza 4. *International Journal of Economics Development Research*, 3(2), 84–101.
- Sasongko, S. R. (2021). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(1), 104–114.
- Simon Kemp. (2025, November 5). *Digital 2026: Indonesia* . DataReportal. <https://datareportal.com>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (5th ed.). ALFABET.
- Suhendra, Praja, Y., & Minullah. (2024). Pengaruh Konten Marketing Di Media Sosial Instagram, Testimoni Dan Tagline Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Variabel Intervening Pada Kedai Kamsitu Di Kecamatan Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(8), 1470. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i8.5126>
- Teressa, B., Lukito, J. I., Aprilia, A., & Andreani, F. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Di Wizz Drive Thru Gelato Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 18(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.18.1.1-14>