

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, Rani. *Pengaruh Kreativitas Iklan terhadap Sikap Merek Serta Dampaknya pada Proses Keputusan Pembelian Jasa Gojek*. BS thesis. Fakultas Ekonomi dan Bisnis uin jakarta, 2021.
- Assidiq, Ageng Mahendra, Dea Oktaviani, and Rifqi Arya Sandhi. "Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Telemedicine." *Syntax Idea* 4.2 (2022): 240-258.
- Bisnis, D., & Sam, U. (2024). Multidisciplinary Science Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi. 2(1), 233–243.
- Evelyn, Gravina, and Angelica Herly. "Pengaruh Online Customer Review Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Shopee." *Jurnal Kajian dan Penalaran Ilmu Manajemen* 3.1 (2025): 131-145.
- Faizan. (2014). Pengaruh Kreativitas Iklan dan Endorser terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Mie Sedaap. *Management Analysis Journal*, 3(2), 1–8.
- Lombok, Viedy Virginia, and Reitty L. Samadi. "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 (2022): 953-964.
- Maharani, Riris Arienda, and Nur Achmad. "Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bening's Skincare Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening." *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 7.1 (2024): 1037-1052.
- Maulana, Rizal. *Pengaruh Kreativitas Iklan, Kualitas Pesan Iklan dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Perspektif Syariah pada Aplikasi Shopee*. Diss. IAIN KUDUS, 2023.
- Mushoffa, Ahmad Syifaq, and Uus Mohammad Darul Fadli. "Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Di Lawang Coffee." *Jurnal Economina* 2.8 (2023): 1979-1987.
- Onsardi, Onsardi, et al. "Dampak Digital Marketing, Brand Image Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lina Ms Glow Kota Bengkulu." *Creative Research Management Journal* 5.2 (2022): 10-19.

- Poluan, Jane, Merlyn Mourah Karuntu, and Reitty Lilyanny Samadi. "PENGARUH DIGITAL MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KULINER TRADISIONAL (STUDI PADA KONSUMEN GEN Z DI KOTA TOMOHON)." *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. 11.1 (2024): 119-127.
- Rahmayani, Putri, et al. "Pengaruh Strategi Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skintific Di Marketplace Shopee." *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7.3 (2023): 27969-27978.
- Ramenusa, Oktaviani, and Agnes R. Maxam. "Analisis Pengaruh Brand Image, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung:(Studi Pada Mahasiswa STBM Dua Sudara Bitung)." *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen dan Bisnis* 3.1 (2024): 130-140.
- Tuwo, Nehemia EY, Imelda WJ Ogi, and Rudy S. Wenas. "Pengaruh Kreativitas Iklan Dan Kredibilitas Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi." *Nusantara Journal of Multidisciplinary Science* 1.6 (2024): 233-243.
- Wulandari, A., & Fazizah, A. (2024). PENGARUH SOSIAL MEDIA MARKETING, KREATIVITAS IKLAN DAN CO-BRANDING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN KEPUASAN PELANGGAN:(Studi pada followers Jiniso yang membeli produk Jiniso menggunakan metode transfer di Aplikasi Tiktok-Tokopedia). *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 8(6), 131-140.
- Wulandari, Alfina, Sigit Ratnanto, and Ema Nurzainul Hakimah. "PENGARUH DIGITAL MARKETING, HARGA, DAN KUALIAS PRODUK DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINTIFIC." *Prosiding Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis* 3 (2024): 791-802.
- Wulandari, Riani, Netti Nurlenawati, and Dexi Triadinda. "Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lemari Es Di Perumahan Mustika Prakarsa Karawang." *Jurnal Lentera Bisnis* 13.2 (2024): 887-901.
- Zahra, Sofhia Rahayu, et al. "Pengaruh Brand Image, Cita Rasa, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue." *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JBM)* 2.2 (2024).