

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyani, A. A. A. D., & Wismantara, I. G. N. N. (2023). Pengaruh Penggunaan Google Review Terhadap Penilaian Kepuasan Pelanggan Balistung. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Ilmu Keguruan Dan Pendidikan*, 6(2), 64–70.
- Anggoro Wilis, R., & Faik, A. (2022). Effect of Digital Marketing, Influencer Marketing and Online Customer Review on Purchase Decision: A Case Study of Cake Shop “Lu’miere.” *Petra International Journal of Business Studies*, 5(2), 155–162. <https://doi.org/10.9744/ijbs.5.2.155-162>
- Aprilia, N., Permadi, B., Aqila Izura Atanta Berampu, F., Andini Kesuma, S., & Ekonomi dan Bisnis Islam, F. (2023). Media Sosial Sebagai Penunjang Komunikasi Bisnis Di Era Digital. *UTILITY: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Ekonomi*, 7(2), 64–74. <http://journal.stkipnurulhuda.ac.id/index.php/utility>
- Chen, T., Samaranayake, P., Cen, X. Y., Qi, M., & Lan, Y. C. (2022). The Impact of Online Reviews on Consumers’ Purchasing Decisions: Evidence From an Eye-Tracking Study. *Frontiers in Psychology*, 13(June). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.865702>
- Cookie Bomb, Makanan Viral di TikTok yang Bikin Netizen Penasaran.* (2023, September 16). Tasty Snack Indonesia. Retrieved Oktober 24, 2024, from <https://tastysnack.id/blogs/news/cookie-bomb-makanan-viral-tiktok?srsId=AfmBOoqUIId2N0mshQs4eQfuPhL-mgiL1S8hwrGANPbI73Ih-Rbo2WnxW>
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Brand Image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852–862. <https://doi.org/10.26740/jim.v9n3.p852-862>
- Dewobroto, W. S., & Wijaya, K. (2022). Analysis of the Effect of Store Atmosphere and Social Factors on Emotional Responses Affecting Consumers’ Purchase Decision. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 5(1), 356–370. <https://doi.org/10.31538/ijse.v5i1.1800>
- Faradita, P. A., & Widjajanti, K. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia. *Solusi*, 21(2), 130. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i2.6333>
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi analisis multivariat dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang : Universitas Diponegoro.

- Gultom, R., & Khoiri, M. (2023). Pengaruh Customer Review, Customer Rating Dan Konten Marketing Terhadap Minat Beli Produk Fashion Di Tiktok Shop Kota Batam. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen Indonesia* , 23(2), 72.
- Haerul, H. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scuter Matic Yamaha Mio Pada Pt. Suracojaya Abadi Motor Cabang Pangkep. *Fakultas Ekonomi Manajemen*, 2(2), 1–12.
- Hasanah, A. (2022). Pengaruh Online Customer Review dan Promosi Menggunakan Aplikasi Titok Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kecantikan Implora Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 8(16), 103–114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7058946>
- indibiz.co.id. (2023). *Cookie Bomb Fudgybro Viral, Ternyata Ini Strategi di Balikny!* Retrieved Oktober 22, 2024, from <https://indibiz.co.id/artikel/cookie-bomb-fudgybro-viral-ternyata-ini-strategi-di-baliknya>
- Istinawati, T., & R.A. Nurlinda. (2024). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Maeswara : Jurnal Riset Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 131–153. <https://doi.org/10.61132/maeswara.v2i2.750>
- Islahiyah, N., & Utama, A. P. (2023). Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Trust Against Kopi Kenangan Purchasing Decisions in West Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 9(3), 341. <https://doi.org/10.22441/jimb.v9i3.21710>
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165. <https://doi.org/10.26858/pdr.v1i1.13409>
- Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2018). Strategic Brand Management. In *Strategic Brand Management*. An Asian perspective (7th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.
- Kemp, S. (2024, February 21). *Digital 2024: Indonesia — DataReportal — Global Digital Insights*. Data Reportal. Retrieved 21 18, 2024, from <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

- Khairunnisa, S., Budiyantri, H., & Haeruddin, M. I. W. (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *CEMERLANG : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 110–126. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i4.502>
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT Indeks.
- Kurniasari, M., & Budiatmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/janis/article/view/22571/14869>
- Laili, A. N., & Aminah, S. (2025). The influence of brand image and price perception on the purchase decision of Sari Roti in Sidoarjo. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IJSE)*, 8(1), 272–282. <https://doi.org/10.2621-606X>
- Latief, F., & Ayustira, N. (2020). Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 139–154. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/696>
- Lomban, E., & Tumbel, L. L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Surf Planet di Manado Town Square Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Surf Planet. *Wenas 648 Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 9(3), 648-658.
- Lutfia, S. K., & Lukiana, N. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Brand Image, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herballife di Kecamatan Pasirian (Studi Kasus pada Aicy Club, KS Club, dan Dena's Club). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 4, 32.
- Malelak, S. L., Setiawan, B., & Maulidah, S. (2021). Analysis of Marketing Mix on Consumer Loyalty: Empirical Study of Customer Satisfaction of Local Product. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJBTOB)*, 1(3), 160–168. <https://doi.org/10.52218/ijbtob.v1i3.88>
- Millenia, M., & Widarta. (2024). The Influence of Social Media Marketing, Online Customer Review and Brand Image on Purchase Decision in the Tiktok Application for Muslim Fashion Products. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 2713–2724. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i7.10212>

- Muthohar, A. F., & Hartono, B. (2023). Pengaruh Digital Konten Marketing Media Sosial Tiktok Terhadap Brand Image Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa UNTIDAR). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 3(3), 308–315. <https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/229>
- Mulyati, Y., & Gesitera, G. (2020). Pengaruh Online Customer Review Terhadap Purchase Intention Dengan Trust Sebagai Intervening Pada Toko Online Bukalapak Di Kota Padang. *Jurnal Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V9i2.538>
- Noviyana, S., Kencanawati, M. S., Anggraini, R., & Gayatri, L. A. I. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Brand Image, Electronic Word of Mouth, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 906–912.
- Nugraha, A. S., & Adialita, T. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kota Bandung Melalui Nilai yang Dipersepsikan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan, Dan Manajemen*, 2(3), 195–212. <https://doi.org/10.35912/jakman.v2i3.381>
- Nurmalasari, L. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Keterlibatan Konsumen terhadap Keterlibatan Pembelian Secara Online (Studi Kasus Pada UMKM Bidang Kuliner). *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(3), 288–300. <https://doi.org/10.31846/jae.v9i3.405>
- Oktavian, R. F., & Wahyudi, H. (2022). The Influence of Product Quality and Price on Purchase Decisions. *Almana : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 379–392. <https://doi.org/10.36555/almana.v6i2.1911>
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. In Cv. Wade Group.
- Putra, J. C., & Talumantak, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka. *Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39.
- Putri, M. A., & Sukma, Ri. P. (2023). Social Media Marketing Dan Kualitas Produk Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Peran Mediasi Minat Belidi Mattea Social Space. *An International Journal Of Tourism and Education*, 7(2), 1–12.
- Rahman, Z. R., & Isa, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Destinasi Kuliner Halal Di Solo Raya. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 16(1), 89–102. <https://doi.org/10.56521/manajemen-dirgantara.v16i1.866>

- Riyanto, Andi Dwi. "Hootsuite (We are Social): Data Digital Indonesia 2024 | Dosen, Praktisi, Konsultan, Pembicara/Fasilitator Digital Marketing, Internet marketing, SEO, Technopreneur dan Bisnis Digital." *Andi Link*, Rabu Februari 2024, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/>. Accessed 17 Oktober 2024.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019). Upaya Membangun Customer Engagement Melalui Media Sosial Instagram. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 2(4), 179–186. <https://doi.org/10.36782/jemi.v2i4.1925>
- Sekaran, U., & Boogie, R. (2013). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan Keahlian (Edisi 6)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Silfia, I. (2024, Agustus 5). BPS: Sektor makan, minum, dan akomodasi tumbuh tinggi di triwulan II. Retrieved Oktober 22, 2024, from <https://www.antaranews.com/berita/4238595/bps-sektor-makan-minum-dan-akomodasi-tumb>
- Sugiyono, D. (2023). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Tim detikedu. (2024, August 19). *Infografis: Biaya Hidup Mahasiswa Jogja di 2024 Melebihi UMR*. detik.com. Retrieved December 13, 2024, from <https://www.detik.com/edu/infografis/d-7498303/infografis-biaya-hidup-mahasiswa-jogja-di-2024-melebihi-umr>
- Wiranata I, Agung A, & Prayoga I. (2021). Pengaruh Digital Marketing, Quality Product dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Roti di Holland Bakery Batubulan. *Jurnal EMAS*, 2(3), 133–146. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/view/1827%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/emas/article/download/1827/1480>
- Yakin, R. A., & Hutaaruk, B. M. (2023). The influence of brand image, location and price on purchasing decisions of Dunkin' Donuts products. *Journal of Management Science (JMAS)*, 6(3), 457–461. www.exsys.iocspublisher.org/index.php/JMAS
- Zakiyah, A., & Hariasih, M. (2023). Keputusan Pembelian ditinjau dari Brand Trust, Digital Marketing dan Online Customer Review (Studi Kasus Pada Mie Gacoan Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Akuntansi Manajemen*, 6(2), 113–126. <https://doi.org/10.35326/jiam.v6i2.4062>.Keputusan