

DAFTAR PUSTAKA

- Abu, F., Muzakir, M., Wahyuningsih, W., & Evrianti, H. (2025). Influencer Marketing And Product Quality Shaping Customer Satisfaction Via Purchase Decisions. *Indonesian Journal Of Innovation Studies*, 26(3), 1–16. <https://doi.org/10.21070/Ijins.V26i3.1500>
- Arya Purwa, & Nasir, M. (2026). Analisis Pengaruh Penggunaan Influencer Marketing Dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Brand Loyalty Yang Dimediasi Oleh Consumer Satisfaction Pada Tiga Produk Shampo Terpopuler Di Soloraya. *Jurnal Economic Resource*, 9(1), 782–797. <https://doi.org/10.57178/Jer.V9i1.2235>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/Equi.V19i02.4531>
- Estamarinda, E., & Sinarti, T. (N.D.). Admin, +6. +ELEN-Akila-Tri+Sinarti (*Indikator Kualitas Layanan*). 69–82.
- Fitri, S. &. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Wuling. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 8438–8446.
- Ghozali. (2021). Spss Imam Ghozali. *Buku Imam Ghozali*, 518.
- Hezron Boiman, & Juita. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan Aplikasi Maxim. 14(2), 169–187.
- Ika, R. (2024). Content Marketing, Loyalitas + Indikator Dan Kuisisioner. 3(2), 705–724.
- Irliana, N., & Paludi, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Social Media Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan The Body Shop. *Human Capital Development*, 11(1), 1–13.
- Jannah, S. A., & Hayuningtias, K. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Jesya*, 7(1), 489–500. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V7i1.1421>
- Kasus, S., Ekonomi, F., & Nasional, U. (2025). Pengaruh Influencer & Product Quality Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Azarine Di Marketplace

Shopee. 17, 57–66.

Kisti, N. &. (2025). *Product Quality And Price Perception As Determinants Of Customer Loyalty Through Customer Satisfaction At The Tofu Home Industry In Sukoharjo*. 8.

Mahira. (2021). KORELASI Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi Volume 2, 2021 | Hlm.1267-1283. *Korelasi Konferensi Riset Nasional*, 2 No.1(1), 1267–1283.

Nabilah, I., Nursal, M. F., & Wulandari, D. S. (2023). Peran Influencer Dalam Konten Marketing Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Maybelline. *Jurnal Economina*, 2(10), 2791–2805. <https://doi.org/10.55681/Economina.V2i10.904>

Nadhiroh, U. (2023). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas*.

Nawastuti, N., & Irmawati. (2023). Pengaruh Influencer Dan E-WOM Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi Pada Pelanggan Tiktok Shop. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1415–1421. <https://doi.org/10.37034/InfEb.V5i4.735>

Ningtias, I. N. C., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). Pengaruh Influencer Endorse, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare The Originote Di Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi (SENMEA)*, 134–143.

Nurdianik, Y., Attas, S. G., & Anwar, M. K. (2022). Hijab: Antara Tren Dan Syariat Di Era Kontemporer (Hijab: Between Trend And Sharia In The Contemporary Era). *Indonesian Journal Of Social Science Review*, 1(1), 11–20. <https://doi.org/10.21831/Jis.V2i1.4>

Ottay, M. L., Woelandari, D. S., & Puspitorini, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Kosmetik Somethinc Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Intervening (Studi Pada Mahasiswa FEB Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Indonesian Journal Of Economics And Strategic Management (IJESM) Vol.,3.,No.1.,2025:March PENGARUH*, (1), 7823–7830.

Prabani, T. T., & Susanti, R. (2025). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Somethinc Di Surakarta. *Jambura*, 8(2), 884–896. www.marketeers.com

Pratiwi, N. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan

Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Zama Homewear Malang). *Jubis*, 2(2), 18–27.

Putra, B. (2021). 26. +Bayu+Putra+Setiawan+(Hal+352-366) (1). 3(1), 352–366.

Qastalano, R. I., Nugroho, R. A., & Bahanan, M. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Influencer Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Sego Sambel Merdeka. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital Dan Manajemen*, 4(1), 32–38. <https://doi.org/10.33480/Jasdim.V4i1.6690>

Renny, I. Dan. (2026). *Pengaruh Social Media Marketing Dan Influencer Marketing Terhadap Brand Loyalty Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi: Studi Pada Produk Kosmetik OMG Di Kalangan Mahasiswa FEB UNESA*. 5, 1027–1036.

Rismawati, D., Larashati, I., & Juhana, D. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 14(2), 94–101. <https://doi.org/10.55208/T5xr9t04>

Sainap, W. (2025). Strategi Pemasaran Digital Era Modern Terhadap Pengaruh Influencer Marketing (Sebuah Studi Literatur). *NAAFI Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 133–146. <https://doi.org/10.62387/Naafijurnalilmiahmahasiswa.V2i2.169>

Sari, N. L. P. D. A., & Mayasari, N. M. D. A. (2022). *Kecamatan Banjar*. 4(1), 108–115.

Setiawan, B. K., & Siahaan, S. L. (2023). *Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan*. 10(2), 1–16.

Setiawan, D., Wiwin, W., & Achmad, L. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Online Di Tokopedia. *RIGGS: Journal Of Artificial Intelligence And Digital Business*, 4(3), 2445–2453. <https://doi.org/10.31004/Riggs.V4i3.2332>

Siburian, W., & Kartika, L. N. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Dan Ketepatan Waktu Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada J&T Express Di Perawang. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., (March), 12–29.

Simanjuntak, M., Haryono, P. B., & Saporso, S. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Dimediasi Oleh Minat Beli Pada Tirta Catering Tangerang. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 8(11), 13043–13056. <https://doi.org/10.54371/Jiip.V8i11.9511>

- Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Terhadap Kepuasan Pelanggan Internet. *Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 10(1), 67–81. <https://doi.org/10.37932/J.E.V10i1.91>
- Sri Mayasari¹, W. D. S. (2023). Jurnal Bisnis Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 29–39.
- Sugiyono. (2023a). *Buku Sugiyoni*.
- Sugiyono. (2023b). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D. In *Alfabeta Bandung* (Vol. 11, Number 1).
- Sumarsid, A. B. P. (2022). Kualitas, Pengaruh Dan, Layanan Terhadap, Harga Pada, Pelanggan Studi, Grabfood Kecamatan, Wilayah. *Journal Ilmiah Teknologi*, 12(1), 70–83.
- Suyanto, & Kurniawan, D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Niat Membeli Kembali Pada Produk Busana Muslimah Di Riani Boutique. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(6), 5222–5242. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V6i6.6431>
- Syahidin., & Adnan. (2022). Gajah Putih Journal Of Economics Review (GPJER) Analisis Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Andika Teknik Kemili Bebesen Takengon. *Gajah Putih Journal Of Economics Review*, 4(1), 20–32.
- Tranggono, D., Nidita Putri, A., & Juwito, J. (2020). Analisa Keputusan Pembelian Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Kualitas Produk Starbucks Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 141–155. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK/article/view/357>
- Umati, A. R. (2020). Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Purwokerto. *Core.Ac.Uk*, 9. <https://core.ac.uk/download/pdf/295326217.pdf>
- Wahjono Soekotjo, L. A. (2020). Vol 2 No 1 September 2020 Vol 2 No 1 September 2020 Page 2. *Jeams*, 2(1), 1–14.
- Winata, A., & Prabowo, B. (2022). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada London Beauty Center (LBC) Sidoarjo. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 3(5), 810–822. <https://doi.org/10.47467/Elmal.V3i5.1106>

Yulianti, A., Sutomo, M., Ponirin, P., & Palawa, M. R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Dengan Peran Influencer Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, 16(3), 761–775. <https://doi.org/10.33059/jseb.V16i3.11477>