

## DAFTAR PUSTAKA

### **Buku:**

- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi: Pemodelan Teoretis, Pengukuran, dan Pengujian Statistis*. Yogyakarta: Andi.
- Bahri, S. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis: Lengkap dengan Teknik Pengolahan Data SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Firmansyah, M. A. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Media.
- Ghozali, Imam, 2011. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*, Edisi 3, Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam, Fuad. (2014). *Structural Equation Modeling: Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 9.10* (ed. 4). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hatmawan, A.A. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Jakarta: Deepublish.
- Mustafidah, Hindayati dan Suwarsito. (2020). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. UM Purwokerto Press.
- Saleh, H. M. Y., & Miah Said, S. E. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran: Marketing Concepts and Strategies* (Vol. 1). SAH MEDIA.
- Sihombing Kesuma Iwan dan Ika Sari Dewi 2019, *Pemasaran dan Manajemen Pasar Sebuah Analisis Perspektif Terhadap Minat Beli dan Kepuasan*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, 2019. *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Pendidikan)*. Bandung: ALFABETA.
- Widiasworo, E.2019. *Menyusun Penelitian Kuantitatif untuk Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Araska.

### **Penelitian Terdahulu:**

- Arini, H. (2020). Peran Efektivitas Iklan Di Televisi Dalam Memediasi Daya Tarik Iklan Terhadap *Brand attitude* Pada Iklan Merek Shampoo Sunsilk (Studi Kasus Di Kelurahan Cakung Barat Jakarta Timur). Skripsi: Universitas Darma Persada.
- Cahya, H. (2018). Pengaruh Testimonial dan Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab melalui Media Sosial Instagram pada Toko Queena Hijab Samarinda. *Jurnal Mekanika Bisnis*, 6(4), 125-141.
- Chandra, Leonardo (2021) Pengaruh Kredibilitas *Content creator* Youtube UUS Terhadap Minat Beli Vibe Indonesia. Skripsi: Universitas Multimedia Nusantara.
- Harahap, Lenni Khotimah. (2020). Analisis SEM (Structural Equation Modelling) Dengan SmartPLS (Partial Least Square). Semarang. UIN Walisongo Semarang.
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, Dan Kesadaran Merek Terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105-126.
- Muna, F. I. (2021). Pengaruh Komunikasi Di Media Sosial Terhadap Brand Equity Dan *Brand attitude* Dalam Membentuk Niat Beli Produk Kosmetik Halal. Skripsi: Yogyakarta. Universitas Islam Indonesia.
- Prihanti, Dhea. 2019. Pengaruh E-Service Quality, Islamic Branding dan Islamic Advertising Ethics Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Shopee di Indonesia) Skripsi: Institut Agama Islam Negeri Salatiga.
- Rachmawati, A. A., & Pradekso, T. (2019). Hubungan Intensitas Menonton Youtube Beauty Vlogger dan Persepsi Mengenai Kredibilitas Beauty Vlogger dengan Perilaku menggunakan Makeup oleh Remaja. *Interaksi Online*, 7(4), 236-245.
- Renaldi, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Dan Iklan Terhadap Minat Beli “Wafer Tango” Di Kota Palembang. Skripsi: STIE Multi Data Palembang.
- Rozikin, S. F. (2021). Pengaruh Diskon Mie Gacoan Malang Terhadap Keputusan Pembelian Online Melalui Minat Beli Konsumen Aplikasi Grab Sebagai Variabel Intervening. Skripsi: Universitas Muhammadiyah Malang.

Tegowati, T. (2019). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23-36.

**Website:**

- Ashilah, S. (2021). Data Komposisi Penduduk Kota Bandung Hasil Sensus 2020, Mayoritas Gen Z. Diambil dari: <https://bandungbergerak.id/article/detail/1610/data-komposisi-penduduk-kota-bandung-hasil-sensus-2020-mayoritas-gen-z> (akses: 12 Desember 2021)
- Business Insider. (2019). Generation Z: Latest Characteristics, Research, and Facts. Diambil dari: <https://www.businessinsider.com/generation-z?IR=T> (akses: 25 November 2021)
- Butler, Maggie. (2019). The 9 Habits of Highly Successful *Content creators*. Diambil dari: <https://blog.hubspot.com/marketing/5-habits-of-highly-successful-content-creators-list> (akses: 12 Desember 2021)
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). 'True Gen': Generation Z and its implications for companies. Diambil dari: <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies> (akses: 25 November 2021)
- Haryanto, A. (2021). Generasi Z Serta 8 Karakteristik Utamanya. Diambil dari: <https://www.jojonomic.com/blog/generasi-z/> (akses: 25 November 2021)
- Musaharun, Istman. (2021). Menilik Gaya Gen Z Berbelanja. Diambil dari: <https://jeo.kompas.com/menilik-gaya-gen-z-berbelanja/> (akses: 12 Desember 2021)
- Ramdani, A.R. (2021). 85,2 Persen Penduduk Bandung Pengguna Internet. Diambil dari: <https://merahputih.com/post/read/85-2-persen-penduduk-bandung-pengguna-internet> (akses: 12 Desember 2021)