

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyanti, A. G., & Busyra, N. (2023a). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Waroeng Pak Muh Cijantung. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(2),1733–1746.
- Ardiansyah, dkk. (2018). pengaruh testimoni selebgram dan gambar produk fashion terhadap impulse buying konsumen pada media sosial instagram. *Jurnal Manajemen Branchmarck*, 4(1), 87.
- Astuti, R. (2021). pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian. politeknik harapan bersama.
- Awallia, L. D. (2018). pengaruh testimoni dan selebgram endorsment terhadap minat pembelian pada online shop melalui media sosial instagram mahasiswa fakultas syariah IAIN PONOGORO. Institut agama islam panorogo.
- Azwar, S. (2017). metodologi penelitian psikologi. Pustaka Pelajar.
- Badri, J., & Safitri, T. S. R. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli Dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Instagram Pada Mahasiswa Di Kota Padang. *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 372–380. <https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i4.1377>
- Bandung Purchase Decision. *The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma Bandung Purchase Decision*, 2(3), 1–10.
- Bimantara, I. M. W. (2021). Peranan Media Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman di Demores Rumah Musik. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 13(1), 108.
- Doni, L. (2017). managemen komunikasi dan pemasaran. Alfabeta.
- Eliani Jeni. (2018). fanatisme dan perilaku agresif verbal di media sosial pada penggemar idola k-pop. *Jurnal Penelitian Psikologi*, 3, 62.
- Fatilah Siti. (2020). pengaruh promosi media sosial instagram terhadap keputusan pembelian konsumen dalam menggunakan jasa melaka wedding organizer pekanbaru. universitas islam riau.
- Ghazali Imam. (2021). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 26 (10th ed.). badan penerbit universitas diponegoro. *GLOBAL EDUCATION*, 4(2), 1160–1166.
- Haningputri, C. W. (2020). Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Pasar Tradisional Anyar Kota Bogor

Selama Pandemi Covid-19. In Eprints.Walisongo.Ac.Id (Vol. 1, Issue 69).

Helena Lady Rima. (n.d.). fenomena fanatisme di komunitas runners bandung (studi fenomenologi mengenai fanatisme fanatisme di komunitas runners bandung).

Helmia, H. (2021). pengaruh testimoni media sosial instagram dan garansi pembelian terhadap kesadaran merek dalam minat beli produk online. universitas islam sultan agung.

Hidayat Imron. (2021). pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (study pada toko hero kesugihan cilacap). universitas nahdlatul ulama al- ghazali.

<http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/3367>

Husein Umar. (2013). metode penelitian untuk skripsi dan tesis. rajawali.

I Kadek Sukma Winata, I. A. P. W. S. dan I. M. S. P. (2023). Pengaruh Social Media Digital Marketing dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sublonto.Co di Sukawati Gianyar. Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata Juni 2023, Vol. 3 (No. 6): Hal 1109-1118, e-ISSN 2774-7085, 2(1), 45–54.

Jannah Miftahul. (2014). gambaran identitas diri remaja akhir wanita yang memilikifanatisme k-pop di samarinda. *Jurnal Psikoborneo*, 2, 35.

Jubaedah. (2021). fanatisme dalam praktek pendidikan islam. *Jurnal Pemikiran Alternatif Pendidikan*, 26, 53–54

Kumalasari, tiya. (2022). *Penerapan Metode Yanbu'a terhadap kemampuan membaca al- quran siswa di SMK negeri 1 karawang*. universitas singaperbangsa karawang.

Kuswani Aprilia Rachmawati, & Fuady. E. Muhammad. (2018). Hubungan antara testimoni pelanggan di media sosial dengan keputusan pembelian produk. *Prosiding Hubungan Masyarakat*, 4, 478.

Lumban, R., Nova, B., & Nursyifa, A. (2020). Pengaruh Testimoni Dan Kreasi Nilai Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Bioskop Film Gundala (Sensus Pada Followers Gundala Official). *JIMUPB- Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 133–144.

Maharani Nabilah. (2021). *pengaruh fanatisme boyband korea bangtan soenyeondan terhadap perilaku agresi verbal di media sosial instagram (studi pada siswi sma negeri 6 palembang)*. Universitas Sriwijaya.

Muslihah Fasihatul. (2018). *Pengaruh sosial media marketing instagram terhadap*

keputusan pembelian produk fashion dalam pandangan islam. universitas islam negeri raden intan.

- Nafisa, Ri., Nasution, ute chairuz M., & Mulyati, A. (2023). *Analisis Pengaruh Kreativitas Produk, Variasi Produk, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anna Cake N Cookies di Surabaya.* 2, 429–441.
- Nasution Rahma Azza Nur Amelia. (2021). *pengaruh brand ambassador, perilaku konsumtif, dan fanatisme terhadap keputusan pembelian produk nature republic dalam perspektif ekonomi islam (studi kasus pada konsumen penggemar boy group korea nct 127 di Indonesia).* Universitas Islam Negeri Walisongo.
- Priyatno. (1997). *Mendirikan usaha pemotongan ayam.* penebar swadaya.
- Putri Ananda Pinta. (2021). *hubungan antara fanatisme dengan perilaku konsumtif pada remaja penggemar korean wave.* universitas islam riau.
- Putri, D., Rofika, A., & Lukiana, N. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador , Kualitas Produk dan Testimoni Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie di Kecamatan Candipuro.* 245–252.
- Razak. (1997). *Berternak Ayam pedaging.* penebar swadaya.
- Ridwan. (2019). *pengaruh tampilan produk dan testimoni di media sosial facebook terhadap keputusan pembelian pakaian pada siswa smk negeri 3 takalar.* universitas islam negeri alauddin.
- Risman Kadar. (2022). *fanatisme mahasiswa islam.* rena cipta mandiri.
- Robby Fauji, & Syifa Pramudita Faddila. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang.* In *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif* (Vol. 5, Issue 2).
- Sa'adah Lailatul. (2018). *pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian dengan elektronik word of mouth (ewom) sebagai variabel intervening pada cake asix (A6) malang.* universital islam negeri maulana malik ibrahim
- Saputra Ridho. (2020). *pengaruh harga dan kualtas produk terhadap keputusan pembelian pada distro label store pekanbaru.* universitas islam riau.
- Setyahati A. (2020). *Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bengkel Perawatan Mobil Global Protection Bekasi.* In *Universitas Satya Negara Indonesia.*
- Shepherd, D., Whitman, K., Button, M., & Wilson, J. M. (2023). *The Impact of Deviant Social Media Influencers and Consumer Characteristics on Purchasing Counterfeit Goods.* *Deviant Behavior,*

- Situnjak, S. (2006). *lisrel*. Graha Ilmu.
- Solihin, R. I. (2021). *Pengaruh Pemasaram Media Sosial, Kesadaran Merek, Electronic Word of Mouth, Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eboni Watch*.59–60.
- Sriyanto, A., & Kuncoro, A. W. (2019). Pengaruh brand ambassador, minat beli dan testimoni terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, 8(1), 21–34.
- Sudirjo, F., Nyoman, I., Sutaguna, T., Silaningsih, E., Akbarina, F., & Yusuf, M. (2023). The Influence Of Social Media Marketing And Brand Awareness On Cafe Yuma
- Sugiyono. (2019). *metodelogi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.
- Syafitri, D. (2022). *pengaruh celebrity endorser terhadap brand image produk ponds (study kasus pengguna produk ponds di kalangan mahasiswa manajemen universitas islam riau)*. universitas islam riau.
- Syafitri, P. E. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Instagram Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar. In *Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Taufan Muhammad, & Azhari Zakky Muhammad. (2023). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung)* . 6.
- Taufan, M., & Azhari, M. Z. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Fanatisme Terhadap Keputusan Pembelian Jersey Orisinal (Studi Pada Supporter Persib Bandung). *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 202–208.
- Wardani Pramudyo Dimas. (2018). *hubungan fanatisme agama terhadap toleransi agamapada front pembela islam (fpi)*. Universitas Brawijaya.
- Wardani, I., & Dermawan, R. (2023). Pengaruh Brand Image, Korean Wave, Fanatisme dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(2), 1114.
- Wibisono Suti Ekky. (2019). *pengaruh kualitas produk, harga, dan kepuasan konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen ud. rizky barokah di balongbendo*. Universitas Bhayangkara Surabaya.
- widarti. (2016). konformitas dan fanatisme remaja kepada korean wave (studi kasus

pada komunitas penggemar grup musik cn blue). *Jurnal Komunikasi*, 7, 13.

Widiyastuti, A., Suhasti, W., & Alansyah. (2022). Pengaruh Konten Post, Celebrity Endorsment, dan Testimoni terhadap Keputusan Beli Produk Pakaian Wanita di Sulawesi Tenggara. *Aktiva: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 17–24.

Widodasih, R. W. K., Wirastomo, J. T., & BR, K. S. (2023a). Pengaruh Testimoni, SocialMedia, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(2), 1160–1166.

Widodasih, R. W. K., Wirastomo, J. T., & BR, K. S. (2023b). Pengaruh Testimoni, Social Media, Dan Celebrity Endorsement Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Ilmiah*

Yanti, W., Akhmad, I., & Ramadhan, R. R. (2022). Pengaruh Sosial Media , Word of Mouthdan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Pada PT . Rocket Chicken Indonesia Pekanbaru Outlet Suka Karya). *Jurnal Ilmiah MahasiswaMerdeka EMBA*,1(1), 59–70.

Yoyo Sudarso. (2016). *Management sumber daya manusia*. Andi.

Zaid Hanif. (2021). *teori komunikasi dalam praktik*. cv. zt corpora