

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., Nurul, S., Deraman, S., Zainuddin, S. A., & Azmi, N. F. (2020). Impact Of Social Media *Influencer* On Instagram User Purchase Intention Towards The Fashion Products : The Perspectives Of Students. *European Journal of Molecular & Clinical Medicine*, 07(08), 2589–2598.
- Abednego, F. A., Kuswoyo, C., Cen Lu, & Wijaya, G. E. (2021). Analisis Pemilihan Social Media *Influencer* Instagram pada Generasi Y dan Generasi Z di Bandung. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 5(1), 57–73. <https://doi.org/10.35814/jrb.v5i1.2558>
- Afandi, Samudra, J. P., Sherley, Veren, & Liang, W. (2021). Pengaruh Endorsement *Influencer* Instagram Terhadap Keputusan Pembelian pada Generasi Z. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 5(1), 15–28.
- Ahmad, A., Prasetyo, M. E., & Linando, S. I. (2022). Analisis Visual Karakter Hero Dengan Skin Legend Pada “*Mobile Legends:Bang Bang.*” *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 6(1), 60. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v6i1.12936.2022>
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. S., Nur Hikmatul Auliya, G. C. B., Helmina Andriani, M. S., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Anbiya, M. Z., & Zuhra, S. E. (2021). Good Price for Money & Imbalan Terhadap Niat Pembelian Didalam Aplikasi Dengan Mobile Game Loyalty Sebagai Pemediiasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi*. 6(1), 122–149. <https://www.jim.unsyiah.ac.id/EKM/article/view/16372>
- Aprilianto, A., & Fahrullah, A. (2022). Tinjauan Hukum Islam dan Hukum Transaksi Elektronik Mengenai Top Up Diamond Game *Mobile Legends: Bangbang* melalui *Codashop*. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 1769–1783.
- Arissaputra, R., Helmi, A., Hasan, M., & Amelia, S. R. (2022). Analisis customer engagement terhadap mobile e-sport gamer’s loyalty. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(4), 1597–1609. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i4.2604>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (T. S. Tambunan (ed.); Issue August). Penerbit Media Sains Indonesia.
- Destianti, D. M., & Irwansyah. (2020). Game User Experience: Motivasi dalam Membeli Barang Virtual Pada Game. *Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14.
- Duncan, B., & Hayes, N. (2008). *Influencer Marketing, Who really influences your customers*. Elsevier Ltd.

- Ermawati, Nadiah Rahmani, & Nurdin. (2021). Analisis Transaksi Jual Beli Account Game Online *Mobile Legends* Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada *Mobile Legends* Community Hero di Palu). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(1), 1–20. <https://doi.org/10.24239/jiebi.v3i1.50.1-20>
- Fathorrahman, Ainun, M. B., Liyanto, & Minullah. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Market Place Di Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2), 160–170.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, M. L., & Indarwati, T. A. (2022). Pengaruh *Influencer* Marketing dan Nilai Emosional terhadap Niat Beli Produk Virtual Skin Pada Game *Mobile Legends* : Bang Bang. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(1), 199–209.
- Hussein, A. S. (2015). Penelitian Bisnis dan Manajemen Menggunakan Partial Least Squares dengan SmartPLS 3.0. *Universitas Brawijaya*, 1, 1–19. <https://doi.org/10.1023/A:1023202519395>
- Karadeniz, M., & Kocamaz, İ. (2019). The Effect Of Facebook, Youtube And Instagram Advertisements On Consumers' Buying Behaviours. *Turkish Journal Of MarketinG*, 4(3), 298–311.
- Kesuma, T. A. R. P., Sudjarwo, Pargito, Ridwan, R., & Tusianah, R. (2021). Influence and Influenced Between Self-Efficacy and Principal Leadership : A Systematic Review. *International Journal Of Education And Information Technologies*, 15(16), 157–166. <https://doi.org/10.46300/9109.2021.15.16>
- Kurniadi, & Antari. (2023). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pt. Adiska Sarana Medika. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(1), 1–7.
- Khaliq, I., Listyorini, S., & Pradhanawati, A. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Virtual Item Pada Game Online “ *Mobile Legends* Bang Bang ” (Studi Pada Konsumen *Mobile Legends* Bang Bang Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(3), 411–419.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Lamarto. (2006). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Erlangga.
- Lengkawati, A. S., & Saputra, T. Q. (2021). Pengaruh *Influencer* Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Elzatta Hijab Garut). *Jurnal Pengembangan Manajemen, Bisnis, Keuangan Dan Perbankan*, 18(1), 33–38. <https://jurnal.stieyasaanggana.ac.id/>
- Lingga Yuliana, Adrian A. Wijanarko, Andri Mat Raharjo, Sri Harnanih, & Maya Firdiana. (2022). Peranan *Influencer* Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Selama Kondisi Pandemi. *Jurnal Bisnis Terapan*, 6(1), 75–88. <https://doi.org/10.24123/jbt.v6i1.4874>
- Moloku, S. O., Tampi, J. R. ., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal*

Administrasi Bisnis, 8(2), 98–106.

- Mustikasari, B., Setiawan, D., & Ari Pratiwi, I. (2020). Analisis Kebiasaan Bermain Game Online Terhadap Interaksi Sosial Anak Usia Sd Di Desa Prawoto. *Jurnal Didika: Wahana Ilmiah Pendidikan Dasar*, 6(2), 181–190. <https://doi.org/10.29408/didika.v6i2.2846>
- Mulyana, S. R. I. (2021). Pengaruh Harga dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195.
- Nawawi, M. I., Pathuddin, H., Syukri, N., Alfidayanti, A., Poppysari, S., Saputri, S., Ramdani, M., Jun, M., & Marsuki, I. (2021). Pengaruh Game *Mobile Legends* terhadap Minat Belajar Mahasiswa/i Fakultas Sains dan Teknologi UIN Alauddin Makassar. *AL MA'ARIEF : Jurnal Pendidikan Sosial Dan Budaya*, 3(1), 46–54. <https://doi.org/10.35905/almaarief.v3i1.2039>
- Peter, J. P., & Olson, jerry c. (2000). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen* (4th ed.). Penerbit Erlangga.
- Pratama, A. N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy. *Jurnal Mirai Manajemen*, 7(1), 425–436. <https://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/view/1331%0Ahttps://journals.upi-yai.ac.id/index.php/IKRAITH-EKONOMIKA/article/download/1331/1066>
- Priyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Zifatama Publishing.
- Putu, L. A. W., & Darma, G. S. (2020). Advertising Effectiveness In Purchasing Decision On Instagram. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 06(02), 381–389.
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Ramli. (2023). Kreativitas pelaku usaha , sosial media dan inovasi kemajuan teknologi terhadap keputusan pembelian smartphone. *AKUNTABEL: Jurnal Akuntansi Dan Keuangan*, 20(1), 14–22.
- Ragatirta, L. P., & Tiningrum, E. (2021). Pengaruh Atmosphere Store, Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Rown Division Surakarta). *Excellent*, 7(2), 143–152. <https://doi.org/10.36587/exc.v7i2.793>
- Sahid, N. H., & Azhar, A. A. (2023). Dampak Game Online *Mobile Legends* Terhadap Siswa Sd Di Lingkungan. *Mukadimah: Jurnal Pendidikan, Sejarah, Dan Ilmu-Ilmu Sosial*, 7(1), 118–125.
- Santosa, D., Mustafidah, H., & Purwokerto, M. (2021). Sistem Informasi Penjualan Diamond Mobile. *JuSIN:Jurnak Sistem Informasi*, 2(2), 27–36.
- Santoso, E. D., & Larasati, N. (2019). Benarkah Iklan Online Efektif Untuk

- Digunakan Dalam Promosi Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 13(1), 28–36. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v13i1.99>
- Sari, Y., & Utami, N. W. (2021). Komunikasi Pemasaran Digital sebagai Tantangan Teknologi. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.20885/cantrik.vol1.iss1.art1>
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior* (Global Edition (ed.); 20th ed.). Pearson.
- Shadrina, N. R., & Sulistyanto, Y. (2022). Analisis Pengaruh Content Marketing, *Influencer*, dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang). *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Sudaryono, Aini, Q., Lutfiani, N., Hanafi, F., & Rahardja, U. (2020). Application of Blockchain Technology for iLearning Student Assessment. *IJCCS (Indonesian Journal of Computing and Cybernetics Systems)*, 14(2), 209–218. <https://doi.org/10.22146/ijccs.53109>
- Suparman, D. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Penjualan Spare Part Motor Di Pt. Slm (Selamat Lestari Mandiri). *Jurnal Ekonomi STIE PASIM SUKABUMI*, 07(02), 2.
- Sutrisno, F. R., & Mashariono. (2020). Pengaruh iklan, lingkungan sosial dan harga terhadap keputusan pembelian item game *Mobile Legends* pada mahasiswa stiesia surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9(4), 1–20.
- Wahono, H. K., & Pertiwi, D. (2020). Pengaruh Financial Literacy , Materialism , Compulsive Buying Terhadap Propensity To Indebtedness. *International Journal of Financial and Investment Studies (IJFIS)*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.9744/ijfis.1.1.1-14>
- Wahyudi, R. (2022). Pengaruh Iklan Dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian Item Virtual Padagames Online *Mobile Legends*. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(5), 563–578. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v1i5.64>
- Waqar, A., & Road, B. (2020). Impact of humorous advertising on purchase decision: In context of Pakistan’s telecom industry. *Global Journal of Business, Economics and Management: Current Issues*, 10(2), 144–150.
- Yadnya Prandini, L. D., & Sayang Telagawathi, N. L. W. (2021). Faktor - Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Virtual Dalam Online Games *Mobile Legends*. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 7(2), 294. <https://doi.org/10.23887/bjm.v7i2.32500>
- Yogatama, I. K. S., Kharisma, A. P., & Fanani, L. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Minat Pemain Dalam Permainan MOBA (Studi Kasus : *Mobile Legends : Bang-Bang !*). *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi Dan Ilmu Komputer*, 3(3), 2558–2566. <https://j-ptiik.ub.ac.id/index.php/j-ptiik/article/view/4742>

Zak, S., & Hasprova, M. (2020). The role of *Influencers* decision-making process in the consumer. *Globalization and Its Socio-Economic Conse*, 03014(74), 1–7.

Zefanya. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Kepuasan Pelajar. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1), 37–43.

