

Daftar Pustaka

- Agustina, P. A., & Sugiarti, H. (2024). Structural Equation Modeling For The Influence Of Effectiveness, Lifestyle, And Income Level On The Use Of E-Wallet Services By Urban Workers'. *Jurnal Ilmiah Sains*, 70–79. <https://doi.org/10.35799/Jis.V24i1.54458>
- Al-Qudah, O. M. A. (2020). The Effect Of Brands' Social Network Content Quality And Interactivity On Purchase Intention: Evidence From Jordan. *Management Science Letters*, 10(13), 3135–3142. <https://doi.org/10.5267/J.Msl.2020.5.009>
- Andata, C. P., Iflah, Kurnia, & Putri, S. A. (2022). Pengaruh Media Sosial Dalam Meningkatkan Brand Awareness “Somethinc” Pada Pengguna Instagram. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 84–92. <https://doi.org/10.31294/Jkom>
- Anggara, A., Auliasari, K., & Pranoto, Y. A. (2023). Metode Regresi Linier Berganda Untuk Prediksi Omset Penyewaan Kamera Di Joe Kamera. *Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 7(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.36040/Jati.V7i1.6158>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). Instagram Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan Pada A.D.A Souvenir Project. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia Stie Wiya Wiwaha*, 2(2), 466–477. <https://doi.org/https://doi.org/10.32477/Jrabi.V2i2.479>
- Atmaja, B. P. K., & Sholihin. (2023). Implementasi Website Topup Gameotomatis Menggunakan Providerdigiflazz Dengan Payment Gatewaytripay (Studi Kasus : <https://www.tokosayu.com>). *Logic : Jurnal Ilmu Komputer Dan Pendidikan*, 1202–1209. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/logic/article/view/2626>
- Bachrudin, B., Sutisna, S., & Umalihayati, U. (2024). Pengaruh Brand Awareness Dan Product Design Terhadap Buying Decision Melalui Variabel Purchase Intention Pada Produk Aqua Japan Di Kota Serang. *Ekonomis: Journal Of Economics And Business*, 8(2), 1680–1690. <https://doi.org/10.33087/Ekonomis.V8i2.1547>

- Baskaran, M., & Dada, M. (2022). The Influence Of Perceived Enjoyment On Impulsive Buying Behaviour In The Apparel Industry Among Millennials In Klang Valley, Malaysia. *Electronic Journal Of Business And Management*, 7(1), 1–16.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising And Promotion: An Integrated Communications Perspective* (11th Ed.). Mcgraw-Hill Education.
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: Planning Optimizing And Integrating Online Marketing*. Routledge.
- Chasanah, U., & Mathori, M. (2021). Impulsive Buying: Kajian Promosi Penjualan, Gaya Hidup, Dan Norma Subyektif Pada Marketplace Di Yogyakarta. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (Jrmsi)* |, 12(2), 231–255. <https://doi.org/10.21009/Jrmsi>
- Chen, H. W., Chen, K. C., Liu, L. W., Guo, Z. H., & Tsai, C. W. (2024). The Effects Of Brand Awareness And Price Promotion On Purchase Intention: A Moderating Role Of Impulsive Buying Traits. *International Journal Of Asian Business And Information Management*, 15(1), 1–15. <https://doi.org/10.4018/Ijabim.358619>
- Christian, A., Marbun, L., Sianturi, U. S., Rizki, D., Pakpahan, Y. R., Nasution, H. S., & Kurniawan, H. (2024). Pengembangan Website Top Up Game Online Dengan Menggunakan Cms Wordpress 1*. *Juktisi: Jurnal Komputer Teknologi Informasi Sistem Komputer*, 3(1), 689–696. <https://doi.org/10.62712/Juktisi.V3i1.213>
- Ellitan, L., De Rosari, A., & Kristanti, M. M. (2022). Analisis Pengaruh Instagram Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Awareness Dan Brand Trust Pada Starbucks Surabaya. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(10), 4740–4748. <https://doi.org/10.32670/Fairvalue.V4i10.1757>
- Eryc, & Whang, E. (2023). Bagaimana Pengaruh Paparan Iklan Terhadap Brand Awareness Serta Keinginan Untuk Memainkan Game Mobile Legends Pada Generasi Z Di Kota Batam. *Journal On Education*, 05(03), 7363–7377. <https://doi.org/10.31004/Joe.V5i3.1526>

- Fauzan, A. (2024, October 15). *Mobile Gaming Revenue Tops \$1billion In Southeast Asia*. Decision Lab.
- Femendy, & Nainggolan, N. P. (2024). Influence Of Brand Awareness, Brand Image, And Digital Marketing On Purchase Interest In Pt Duta Global Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 1452–1456. <https://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/ekonomi/article/view/3840>
- Ferdian Chan, G., Akhmad, I., & Tachta Hinggo, H. (2022). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Impulse Buying Pada Pengguna E-Commerce Shopee Di Pekanbaru. *Economics, Accounting And Business Journal*, 2(1), 151–159. <https://jom.umri.ac.id/index.php/ecountbis/article/view/400>
- Firmansyah. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. Qiara Media.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention And Behavior: An Introduction To Theory And Research*. Addison-Wesley.
- Fitriana, A. N., Fathurohman, I., & Purbasari, I. (2024). Interaksi Sosial Anak Dalam Permainan Game Online Mobile Legend. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(4), 133–145. <https://doi.org/10.5281/zenodo.10501265>
- Garvin, Claudia, J., & Evita, I. (2019). Micro Transaction Dalam Online Game: Apakah Memicu Perilaku Belanja Online Yang Bermasalah? *Psyche: Jurnal Psikologi Universitas Muhammadiyah Lampung*, 1(2), 46–54. <https://doi.org/10.36269/psyche.v1i2.99>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2021). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (Pls-Sem)* (3rd Ed.). Sage Publications, Inc.
- Handoyo, R., Sofie, S., & Wardhani, N. (2023). Implementasi Sustainable Development Goals (Sdgs), Goal 8 Pada Pelaku Usaha Mikro Di Desa Padas, Kecamatan Karangnom Dan Desa Bonyokan, Kecamatan Jatinom, Kabupaten Klaten. *Jurnal Akuntansi Trisakti*, 10(1), 107–116. <https://doi.org/10.25105/jat.v10i1.16234>

- Herlina, V. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan Spss*. Pt. Elex Media Komputindo.
- Indrawati, Putri Yones, P. C., & Muthaiyah, S. (2023). Ewom Via The Tiktok Application And Its Influence On The Purchase Intention Of Somethinc Products. *Asia Pacific Management Review*, 28(2), 174–184. <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2022.07.007>
- Islam, K. M. A., Shahabuddin, A. M., Omeish, F., Bhuiyan, A. B., & Islam, S. (2023). Effects Of Brand Awareness, Religious Belief, And Brand Trust On Purchase Intentions Of Halal Products Among Young Customers. *Innovative Marketing*, 19(4), 247–256. [https://doi.org/10.21511/im.19\(4\).2023.20](https://doi.org/10.21511/im.19(4).2023.20)
- Ivansyah, N. F., & Novitaningtyas, I. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Live Selling Terhadap Purchase Intention Di Tiktok Shop. *Jurnal Pro Bisnis*, 16(2), 107–121. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.35671/probisnis.v16i2.2370>
- Juniardi, Z., Ariansyah, A., & Nurmayanti, N. (2023). Rancang Bangun Aplikasi Top Up Voucher Game Online Berbasis Website Menggunakan Metode Extreme Programming. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 1724–1733. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.12964>
- Kautsar, B., Putra, A., Simamora, V., & Pravitasari, E. (2023). Dampak Microtransaction Game Online Terhadap Pengelolaan Keuangan Pribadi Generasi Z Di Indonesia. *Journal Of Business Studies (Jobs)*, 9(2), 1-20.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles Of Marketing*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Pt. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management*. Pearson.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management*. Pearson.
- Kurnianto, Y. T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pemasaran Minuman Di Banjarbaru (Studi Pada Akun Instagram @Tempatbiasa.Kopi). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1–8. <https://eprints.uniska-bjm.ac.id/2001/>
- Kurniawati, Y. (2020). Pengaruh Game Online Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik. *Shes: Conference Series* 3, 1843–1847.

- Latan, H., & Noonan, R. (2017). *Partial Least Squares Path Modeling : Basic Concepts, Methodological Issues And Applications*. Springer.
- Listiani, N., & Ismail, A. (2023). Pengaruh Promosi, Digital Marketing Dan Brand Awareness Tiktok Terhadap Purchase Intention Produk Kecantikan Di Sampit. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(6), 569–575. <https://doi.org/10.32493/Drb.V6i6.31480>
- Manalu, V. G., & Akbar, I. (2020). Analisis Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Image Terhadap Minat Pembelian Dan Kaitanya Dengan Inisiasi One Village One Product Di Kabupaten Kuningan. *Derivatif: Jurnal Manajemen*, 178–189. <https://doi.org/10.24127/Jm.V14i2.507>
- Martias, L. D. (2021). Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi. *Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 16(1), 40. <https://doi.org/10.14421/Fhrs.2021.161.40-59>
- Maslim, A. S. W., & Andyani, S. (2023). Penerapan Metode Theory Of Planned Behavior Untuk Tingkat Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Belanja Online. *Jurnal Sistem & Teknologi Informasi Komunikasi*, 7(1), 7–14. <https://doi.org/10.32524/Jusitik.V7i1.1038>
- Mathew, V., & Soliman, M. (2021). Does Digital Content Marketing Affect Tourism Customer Behavior? An Extension Of Technology Acceptance Model. *Journal Of Customer Behavior*, 61-75.
- Nauli, B. P. (2022). Sustainable Development Goals (Sdgs) 9: Industry, Innovation, And Infrastructure During The Covid-19 Pandemic In Indonesia. *Jurnal Hubungan Internasional*, 10(2), 96–107. <https://doi.org/10.18196/Jhi.V10i2.12196>
- Nazila, A. T., Ganna Henryanto, A., & Kenang, H. (2022). Pengaruh Social Media Marketing On Instagram Terhadap Brand Awareness Dan Purchase Intention Produk Mangkok Nusantra. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 431-444. <https://doi.org/10.37715/Jp.V7i4.2052>
- Novianto, Suprianto, Y. H., P Singgih, R. A., Gunadi, A. H., & Wibisono, Y. P. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Social Engagement Pada Kedai Bintoro Kopi. *Giat: Teknologi*

- Untuk Masyarakat, 1(2), 1-12.*
<https://doi.org/10.24002/giat.v1i2.5975>
- Nur Fitriani, T., Kurniawan, B., & Goeltom, H. C. (2023). Pengaruh Brand Trust, Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Melalui Brand Satisfaction Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi (Jebma), 3(3), 968–977.*
<https://doi.org/10.33214/jebma.v3n3.3214>
- Purwandari, S., & Purnomo, S. (2022). *Manajemen Pemasaran (Konsep Pemasaran Digital)*. Penerbit Media Sains Indonesia.
- Purwiyanto, D., & Purwanto, F. A. (2020). Brand Awareness Pemediasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. *Jiabi (Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis Dan Inovasi), 4(2), 177-197.*
- Putlely, Z., Lesnussa, Y. A., Wattimena, A. Z., & Matdoan, M. Y. (2021). Structural Equation Modeling (Sem) Untuk Mengukur Pengaruh Pelayanan, Harga, Dan Keselamatan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Angkutan Umum Selama Pandemi Covid-19 Di Kota Ambon. *Indonesian Journal Of Applied Statistics, 1, 1–13.*
- Rahardjo, C. Y., Paserela, N., & Juliana. (2023). Pengaruh E-Wom Dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Di Restoran Nippon-Kan Jakarta Pusat. *Ecodemica: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis, 7(1), 47-57.*
<http://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica>
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejournal/index.php/ecodemica>
- Raharja, S. J., & Dewakanya, A. C. (2020). Impact Of Electronic Word -Of- Mouth On Brand Awareness In The Video Game Sector: A Study On Digital Happiness. *International Journal Of Trade And Global Markets, 13(1), 1.*
<https://doi.org/10.1504/ijtg.2020.10021566>
- Rohmatulloh, I. H., & Nugraha, J. (2022). Penggunaan Learning Management System Di Pendidikan Tinggi Pada Masa Pandemi Covid-19: Model Utaut. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (Jpap), 48-66.*

- Rois, D. I. N., Yudha, A., & Rika Riftian, Y. (2020). Analisis Pengaruh Brand Association, Brand Awareness, Price, Dan Role Model Terhadap Purchase Intention (Studi Pada Sepatu Futsal Nike Cr7). *Edunomika*, 04(01), 327–337.
- Rook, D. W., & Fisher, R. J. (1995). Normative Influences On Impulsive Buying Behavior. *Journal Of Customer Research*, 22(3), 305.
<https://doi.org/10.1086/209452>
- Rupianti, R., & Nashohah, D. (2023). Implementasi Theory Of Planned Behaviour Terhadap Purchase Intention Produk Halal Di Kota Malang. *Jurnal Ilmah Mea (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 7(2), 242-256.
<https://doi.org/10.31955/Mea.V7i2.3070>
- Santoso, A. (2023). Rumus Slovin : Panacea Masalah Ukuran Sampel. *Suksma : Jurnal Psikologi Sanata Dharma*, 24–43.
<https://doi.org/10.24071/Suksma.V4i2.6434>
- Sari, A. (2023). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian*. Cv. Angkasa Pelangi.
- Sari, M. S., & Zefri, M. (2019). Pengaruh Akuntabilitas, Pengetahuan, Dan Pengalaman Pegawai Negeri Sipil Beserta Kelompok Masyarakat (Pokmas) Terhadap Kualitas Pengelola Dana Kelurahan Di Lingkungan Kecamatan Langkapura. *Jurnal Ekonomi*, 308–316.
<https://doi.org/10.37721/Je.V21i3.608>
- Schermelleh-Engel, K., Moosbrugger, H., & Muller, H. (2003). Evaluating The Fit Of Structural Equation Models: Tests Of Significance And Goodness-Of-Fit Models. *Methods Of Psychological Research Online*, 8, 23–74.
- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infortech*, 4(2), 139–147.
<http://ejournal.bsi.ac.id/Ejurnal/Index.php/Infortech139>
- Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 1098–1108.
- Stevani, N., & Junaidi, A. (2021). Pengaruh Influencer Terhadap Minat Beli Produk Fashion Wanita Pada Instagram. *Prologia*, 5(1), 198–203.

- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Metode Kuantitatif Dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tee, W. Y., Teo, S. C., & Liew, T. W. (2023). Exploring The Tiktok Influences On Customer Impulsive Purchase Behaviour. *International Journal Of Business And Society*, 24(1), 39–55. <https://doi.org/10.33736/Ijbs.5600.2023>
- Teni, & Yudianto, A. (2021). Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Siswa Kelas Vii Smp Negeri 2 Kedokan Bunder Kabupaten Indramayu. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 2(1), 105-117.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2019). *Service, Quality, And Customer Satisfaction*. Cv Andi Offset.
- Tomić, N. Z. (2019). Economic Model Of Microtransactions In Video Games. *Journal Of Economic Science Research*, 1(1), 17-23. <https://doi.org/10.30564/Jesr.V1i1.439>
- Wardhana, A. (2022). *Peranan Digital Marketing Dan Social Media Marketing Di Era Industri 4.0 Dan Society 5.0*. Cv. Media Sains Indonesia.
- Yonatan, A. (2024, October 5). 95% Pengguna Internet Indonesia Bermain Video Games. Good Stats.
- Yunanta, A. J. (2024). Pengaruh Promosi, Rating, Dan, Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Online Shop Tokopedia (Studi Pada Mahasiswa S1 Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 13(1), 1–17.
- Yuniarti, Y., Tan, M. I., Siregar, A. P., & Amri, A. I. S. (2021). Faktor Yang Mempengaruhi Impulse Buying Konsumen Saat Moment Hari Belanja Online Nasional (Harbolnas). *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan (Mankeu)*, 10(01), 153–159. <https://doi.org/10.22437/Jmk.V10i01.12711>
- Yunus, F. F., & Arief, R. F. (2023). Analisa Pengaruh Brand (Awareness, Association & Image) Dan Perceived (Quality & Value) Terhadap Purchase Intention Melalui Peran Mediasi Brand Loyalty. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Inovasi*, 1816–1832.