

## REFERENCES

- Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Suka-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang Sidempuan: PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Bengkalis, M. (2014). *Product-Product PT.Mahkota Sukses Indonesia*. Form: (<https://www.facebook.com/profile.php?id=100064791543372&mibextid=ZbWKwL>), Accessed June 22,2022.
- Darmanah, G. (2019). *Metodologi Penelitian*. Lampung: CV. HIRA TECH.
- Delima, M. K., & Humaidi, M. A. (2020). Pengaruh Komunikasi pemasaran terhadap keputusan membeli buku oleh masyarakat pada gramedia banjarmasin veteran. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 36-41.
- Ernawatiningsih, N. P. (2019). ANALISIS DETERMINAN MINAT MAHASISWA AKUNTANSI DALAM BERWIRUSAHA. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 4(1), 45 (F-Test).
- Gama, A. W., & Astiti, N. P. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bali: CV. Noah Althela.
- Indonesia, P. M. (2019). *Profil PT. Mahkota Sukses Indonesia*. form: (<https://agenprodukmsi.wordpress.com/2019/07/15/profil-perusahaan/>), Accessed June 09, 2022
- Indonesia, P.M. (2019). *New Logo PT.Mahkota Sukses Indonesia*. Form: (<https://id.linkedin.com/company/pt-mahkota-sukses-indonesia>) Accessed June 22, 2022
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., et al. (2021). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Widina Bhakti Persada.
- K, E. P. (2016). *Olah Data Skripsi dengan SPSS 22*. Bangka Belitung: Lab Kom Manajemen FE UBB.
- Komarudin, & Sarkadi. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Jakarta: Laboratorium Sosial Politik Press.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku.
- Medan, M.M. (2020). *Product-product PT.Mahkota Sukses Indonesia*. Form: (<https://agen-msi-medan.business.site/>), Accessed June 09,2022.
- Nafisah, S., Nuringwahyu, S., & Krisdianto, D. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN TESTIMONI PRODUK DI MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi di toko kosmetik griya ayu gresik). *JIAGABI*, 10(2), 294-301.
- Ngatno. (2015). *Analisis Data Variabel Mediasi dan Moderasi Dalam Riset Bisnis Dengan Program SPSS*. Yogyakarta: CV. Farisma Indonesia.
- Nursyirwan, V. I., & Ardaninggar, S. S. (2020). The Factor Analysis That Influence the student purchase intention in shopee E-commerce. *Economics and Accounting Journal*, 3(2), 118-129.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Sibuku Media.
- Purbohastuti, A. W., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli produk shopee melalui Celebrity Endorser. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.
- Putri, S. W., & Sengguruh, N. (2021). The Influence of Brand Image, Service Quality and Social Media Marketing on Purchase Decisions at Restaurant Navy Seals Surabaya. *Quantitative Economics and Management Studies*, 2(4), 253.
- Rahadi, D. R., & Farid, M. (2021). *Analisis Variabel Moderating*. Tasikmalaya: CV. Lentera Ilmu Mandiri.
- Risanti, G. A. (2021). RELATIONSHIP BETWEEN SELF-CONTROL AND CONSUMPTIVE. *Methodical Research Journal*, 2(4), 8-16.
- Rostianto, M. M.-M., Ramdan, A. M., & Mulia, F. (2019). Daya Tarik Testimonial di Sosial Media dan Citra Merek terhadap keputusan pembelian. *Journal of Economic, Business and Accounting*, 3(1), 8-14.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada konsumen. *Psikoborneo*, 8(1), 147-155.
- Satrio, R. D., & Pudjoprastyono, H. (2022). Analisis Pengaruh Testimoni dan Endorsement terhadap Minat Beli pada Toko Seikat Kembang Madiun. *Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(2), 563-568.
- Sembada, I. V., Bustam, & Hotimah, E. (2022). Pengaruh Promosi dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Lyfira Hijab Dimediasi oleh Kepercayaan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 3(1), 21-30.

- Servanda, I. R., Kemala Sari, P. R., & Ananda, N. A. (2019). Peran ulasan produk dan Fot Produk yang ditampilkan penjual pada marketplace shopee terhadap minat beli pria dan wanita. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 69-79.
- Setiyowati, R., Sulistyan, R. B., & Lukiana, N. (2019). Studi Produk Mahkota Sukses Indonesia : Ketertarikan konsumen, Harga, Testimonial dan Word of Mouth. *Journal of Organization and Business Management*, 2(2), 142-146.
- Setyawan, D. A. (2021). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas & Homogenitas Data Dengan SPSS*. Klaten, Jawa Tengah: CV. Tahta Media Group.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solihin, D. (2020). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap keputusan pembelian konsumen pada online shop mikayla dengan minat beli sebagai variabel intervening. *Jurnal Mandiri*, 4(1), 42-43.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2018). *Metodologi penelitian bisnia dan ekonomi pendekatan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Surahman, Rachmat, M., & Supardi, S. (2016). *Metodologi Penelitian*. Jakarta Selatan: Pusdik SDM Kesehatan.
- Sustaningrum, R. (2020). Peran Gender dan Perceived Risk pada pengaruh trust terhadap online Repurchase Intention : A Moderated Mediation Analysis. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 17(3), 394 - 414.