

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, D., Mubarak, A., Studi, P., Sekolah, M., Ilmu, T., Indonesia, E., & Beli, M. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen*. 15(3), 61–76.
- Abdul, M., Septyadi, K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). *Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone : Harga Dan Promosi*. 3(1), 301–313.
- Albion, F. R., & Ahmadi, M. A. (2025). *Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Merek Motor Yamaha terhadap Minat Pembelian*. 1(3), 107–118. <https://teewanjournal.com/index.php/carong/article/download/1284/603>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Bandung, K. S., & Sugiana, A. G. (2017). *Pengaruh Kemasan , Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty*. 17(November), 1– 14.
- Beli, P. M., Produk, K., Lokasi, D. A. N., & Empang, K. (n.d.). (*Studi Kasus Pada “ Your Boba ”*).
- Darmawan, A. T., & Kunci, K. (2024). *Pengaruh Influencer Marketing , Electronic Word Of Mouth Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Pembelian Produk Erigo Di Kota Semarang)*. 7(1), 778–790.
- Desi, W., Pramesti, A., Aqmala, D., Kadarningsih, A., & Oktoriza, L. A. (2025). *Peran Influencer Marketing , Brand Awareness Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipcream Wardah*. 5(2), 160–172.
- Gunawan, A. A. P. D., Novel, N. J. A., & Budiyaniti, S. A. (2023). Strategi Influencer Marketing Pada Rahsa Nusantara Dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Lentara Bisnis*, 12(3), 725. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i3.869>
- Hastuti, M. A. W., & Anasrulloh, M. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pemilihan Tempat Kos Mahasiswa di Tulungagung) Maria. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 8(2), 99–102.
- Indika, D. R. (2017). *Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen*. 01, 25–32.

- Ambar Lukitaningsih, L. Tria, L., Hutami, H., Yuni, G., & Jesi, K. (2024). *Promotion Terhadap Keputusan Pembelian Di E- Jimea | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 8(2), 2106–2123.
- Keke, Y. (n.d.). *Komunikasi pemasaran terpadu terhadap brand awareness*. 172–186.
- Khairunnisa, C. M. (2022). *Pemasaran Digital sebagai Strategi Pemasaran : Conceptual Paper*. 5, 98–102.
- Meli, N., Arifin, D., Sari, S. P., & Putra, U. N. (2022). *Pengaruh minat beli terhadap keputusan pembelian menggunakan genius card*. 1–11.
- Nugroho, F. C., & Banase, E. F. T. (2023). Penerapan Family Intervention Model Berbasis Pendidikan Kesehatan terhadap Self-Care Pasien Diabetes Mellitus Tipe II. *Window of Health : Jurnal Kesehatan*, 6(4), 388–398. <http://jurnal.fkmumi.ac.id/index.php/woh/article/view/woh6403>
- J. I. I., Program, S., Pendidikan, S., Fkip, M., Samudra, U., & E-mail, A. (2021). *Kajian tentang Perumusan Hipotesis Statistik Dalam Pengujian Hipotesis Penelitian*. 4, 115–118.
- Meilda Sari, F.A Prakoso *Pengaruh Influencer Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo di Jabodetabek*. (2025). 5(2023), 4954–4966.
- Pratama, N. P. (n.d.). *Pengaruh Influencer Marketing , Word Of Mouth , Dan Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Raintung, M. C. (2024). *M . Mais ., I . W . J . Ogi ., M . C . Raintung Pengaruh Lifestyle , Cafe Atmosphere , Dan Customer Experience Terhadap Revisit Intention Kalangan Anak Muda Pada De ” Kersen Cafe Manado The Influence Of Lifestyle , Cafe Atmosphere , And Customer Experienc*. 12(1), 37–49.
- Saputra, F., Khaira, N., & Saputra, R. (2023). *Pengaruh User Interface dan Variasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Literature)*. 1(1), 18– 25.
- Sari, D. P. (2021). *Pembelian , Kualitas Produk , Harga Kompetitif , Lokasi (Literature Review ManajemenPemasaran)*. 2(4), 524–533.
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Frida Ramadayanti (2019). *Peran Brand Awereness Terhadap Keputusan*

Pembelian Produk Firda Ramadayanti. 6(2).

Sukma Lengkawati, A. Q. S. T. (2021). 69-Article Text-159-2-10-20211123.
Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Elzatta Hijab Garut), 18(1), 33–38.



**UPT. PERPUSTAKAAN PUSAT
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDIRA KUPANG**

Nomor Pokok Perpustakaan: 5371002D2020114

Jl. Prof Dr. Herman Johanes, Penfui Timur, Kupang Tengah, Kab. Kupang.

Website: <https://perpustakaan.unwira.com/> e-mail: lib.unwira@gmail.com

SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI

Nomor: 0215/WM.H16/SK.CP/2026

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Cerry Charlien Clyradista Kadja
NIM : 32122083
Fakultas/Prodi : Ekonomika dan Bisnis/Manajemen (S1)
Dosen Pembimbing : 1. Dr. Simon Sia Niha, SE, M.Si
2. Selfiana Goetha, SE, MM
Judul Skripsi : **PENGARUH INFLUENCER MARKETING, BRAND
AWARENESS DAN MINAT BELI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE KOPI
PAPA GANTENG DI KOTA KUPANG**

Skripsi yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (*similarity*) sebesar **22% (Dua Puluh Dua) %**.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Kupang, 23 Februari 2026

Kepala UPT Perpustakaan,

Damlanus Daml, S.Ptk.