

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek*. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- _____. 2013. *Manajemen Pemasaran Strategis*. Edisi Kedelapan. Salemba Empat. Jakarta.
- Abdillah dan K. Jogiyanto. 2015. *PLS Alternatif Structural Equation Modelling (SEM)*. Edisi Pertama. Andi Offset. Yogyakarta.
- Alamin, S. R. 2021. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Harga, Saluran Distribusi, dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli dan Ekuitas Merek (Studi Kasus Pada Home Industri Sepatu dan Sandal di Al Collection Sooko Mojokerto). *Jurnal Ilmu Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat*, 1(2):64.
- Amalia. R. M. dan Y. Putri. 2019. Pengaruh *Influencer* Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vitamin Kolagen.
- Andini, N. S. 2025. 10 Brand Kategori Suplemen fitness dengan Market Share Tertinggi, Evolene Memimpin Posisi Pertama. <https://compas.co.id/article/market-insight-top-10-brand-suplemen-fitness/>. 1 Maret 2025.
- Arianto. 2021. *Komunikasi Pemasaran: Konsep dan Aplikasi di Era Digital* Edisi Pertama. Erlangga. Jakarta.
- Arianty, N., dan A. Andira. 2021. Pengaruh Brand Image dan *Brand awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4, 46.
- Arikunto. S. 2010. *Prosedur Penelitian Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Athaya. J. 2021. Pengaruh Influencer Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Susu Wookey.
- Bari, A., dan R. Hidayat. 2022. Teori Hierarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(1).
- Brown. D. dan N. Hayes. 2008. *Influencer Marketing*. Elsevier. Amsterdam.

- Cesariana. 2022. *Pendidikan Dasar di Era Digital: E-Commerce Sebagai Alat Pembelian*. Edisi Pertama. Publika Indonesia. Jakarta.
- Databoks. 2023. 10 Top Influencer fitness Indonesia dengan Followers IG Terbanyak. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/0fb90fd5a8c5d3d/10-Influencer-fitness-dengan-followers-ig-terbanyak-deddy-corbuzier-paling-top>. 22 Juni 2023.
- Datareportal. 2025. Statistik Media Sosial Global. <https://datareportal.com/social-media-users>. 12 April 2025.
- Dwijayanti. G. 2022. Pengaruh *Advertising* dan *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Affiliate.
- Fatsecret. 2024. Informasi Gizi Suplemen fitness Brand Indonesia. <https://www.fatsecret.co.id/kalori-gizi/evolene>. 11 Juni 2024.
- Firmansyah. 2019. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Herbalife.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Edisi Kesembilan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- _____. 2016. *Aplikasi Multivariate dengan Program Pada PT XL AXIATA* Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gunarsih. L. M, J. A. S. Kalangi dan L. F. Tamengkel. 2021. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.
- Haque, A. p., dan Fawzi. 2022. *Perjalanan Manajemen Industri dan Jaminan Produk Halal Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.
- Hardini, R. Rama, B. W. T. Admaja dan D. Delia. 2023. Pengaruh Jenis *Influencer Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian.
- Halodoc. 2023. Informasi Bahan Makanan yang Baik Dikonsumsi Ketika Dalam Masa Pembentukan Otot. https://www.halodoc.com/artikel/catat-ini-6-makanan-pembentuk-otot-dan-cara-tepat-mengolahnya?srsltid=AfmBOoqroLWt7axNmWJ8AvKxgS58NOfCXVYKa0eo0Nq35J-DQ7b8Q_gY. 5 Mei 2023.

- Handoyo, K. J., dan N. E. Santoso. 2022. Dampak Atribut Produk, Virality dan Rekomendasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2).
- Hirmawan. A. K. 2019. Peningkatan Keputusan Mmeheli Kartu Prabayar Indosat di Kecamatan Mojogedang Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi. 6 (1).
- Indrasari, D. M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Edisi Pertama. Unitomo Press. Surabaya.
- Indriantoro dan Supomo. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Andi Offset. Yogyakarta.
- Kotler, P., dan G. Amstrong. 2018. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., dan K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.
- Lengkawati. S. dan N. Saputra. 2021. Pengaruh *Influencer Marketing* TikTok Terhadap Keputusan Pembelian Make Up Madame Gie.
- Maghfiroh. A. A. 2024. Pengaruh *Advertisement* dan *Bundling Price* Melalui *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Spotify Premium.
- Majid. M dan H. Rizaldi. 2024. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Penerbit NEM. Pekalongan.
- Martono. N. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Raja Grafindo Persada. Surabaya.
- Merdeka.com. 2023. Konsisten Terhadap Kualitas dan Mutu Produk Evolene Torehkan Prestasi di Indonesia. <https://www.merdeka.com/gaya/konsisten-terhadap-kualitas-dan-mutu-produk-evolene-torehkan-prestasi-di-indonesia.html>. 4 September 2023.
- Morissan. 2015. *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Edisi Pertama. Prenadamedia Group. Jakarta.
- Mulyadi. 2022. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Garuda Indonesia.
- MURI. 2023. Kompetisi *Fitness* dan *Body Building* Dibawah Organisasi NPC JFB Pro League
Pertama.

https://muri.org/Website/Rekor_detail/kompetisi_fitness_dan_body_building_di_bawah_organisasi_npc_jfb_pro_league_pertama. 9 Juli 2023.

Nugroho. K. 2021. Pengaruh *Word of Mouth* dan *Influencer* Terhadap Keputusan Pembelian K12K Mart (Studi Pada Mahasiswa).

Nurmawati. 2018. *Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian*. Edisi Pertama. Media Nusa Creative. Malang.

Pasaribu, V. D., B. Karyanto, M. Afidayat, F. M. Athalariq, J. Riyan, G. Ganika, A. Zulfikar. 2021. *Pemasaran Kontemporer*. Edisi Pertama. Widina Bhakti Persada. Bandung.

Pratiwi. R. D. 2018. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kuota Indoosat Freedom.

Putri. A. dan D. Mahargiono. 2023. Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Layanan WiFi Indihome Area Surabaya Pusat.

Rahmadini, I. 2022. Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand awareness* Pada Layanan *Streaming* Digital Netflix (Studi Pada Mahasiswa STIESIA). 17.

Reynaldhia. D. 2024. *Peran Influencer Marketing di Instagram*. Edisi Pertama. Jejak Pustaka. Yogyakarta.

Risma. T. N. 2021. Analisis Pengaruh Keputusan Pembelian Berdasarkan Jenis-jenis *Influencer Marketing*.

Saleh, M. Y., dan M. Said. 2019. *Konsep dan Strategi Pemasaran*. Edisi Pertama. CV. Sah Media. Makassar.

Sari. R. M. dan Ganesha. 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Seri).

Setiawan. Z, A. Y. Rukmana, M. P. Arisah, T. Nurapriyanti dan D. Ayu. 2023. *Buku Ajar Digital Marketing*. Edisi Pertama. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. Jambi.

Simp, T. A., dan Andrews. 2018. *Advertising, Promotion, and Other Aspect of integrated: Marketing Communications*.

- Sinulingga, M dan R. K. Sihotang. 2023. *Dinamika Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Erlangga. Jakarta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Rnand*. Edisi Kedua Puluh Empat. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Center for Academic Publishing Service (CAPS).
- Susila dan Hirmawan. 2017. Pengaruh Perilaku Konsumen dan Kebiasaan Membeli Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Brand Iphone.
- Susila, K, R. Mona dan D. F. Galih. 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tas Jims Honey Surabaya.
- Suyono. 2022. Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Watsons.
- Tehuayo, E, E. R. Tamher, M. Pelupessy dan A. Asnawi. 2024. *Mengenal Tren Pemasaran*. Takaza Inovatix Labs. Padang.
- Tokopedia. 2025. Harga Suplemen fitness Evolene, Muscle First dan Optimum Nutrition. <https://www.tokopedia.com/>. 10 Januari 2025.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi Ketiga. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- _____. 2019. *Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. CV. Andi Offset. Yogyakarta.
- UTAS. 2024. Jenis-jenis *Influencer* Yang Perlu Diketahui Oleh KOL. <https://utas.co/affiliate/>. 19 Januari 2024.
- Uyuun. I. dan Dwijayanti. 2022. Pengaruh Era Digitalisasi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Pada Restoran Bu Rudy Anjasmoro Surabaya.
- WHO. 2024. Akibat Penurunan Aktivitas Fisik di Era Digital. <https://www.who.int/health-topics>. 3 Maret 2024.
- Yudhistira dan J. Patrikha. 2021. Pengaruh Promosi dan *Brand Ambassador* Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Azzarine.