

DAFTAR PUSTAKA

- A Shimp, T. (2010). Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communication. United States: Cengage Learning.
- Amalia, W. T., & Riva'I, A. R. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 10(1). Retrieved from <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/20922/8963>.
- Apriliani, D., & Hayuningtias, K. A. (2023). Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Brand Ambassador terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Skincare Scarlett Whitening. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(2). Artikel tersedia di <https://sticelwashliyahsibolga.ac.id/jurnal/index.php/jesya/article/view/1102>
- Barus, C. S., & Silalahi, D. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Sosmed Café Abdullah Lubis Medan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 21(1), 1-15. <https://doi.org/10.54367/jmb.v21i1.1182>
- Brestilliani, L., & Suhermin. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Ambassador, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Marketplace Shopee (Studi pada Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4). <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/2983>
- Evelina, Nela. Handoyo DW, dan Sari Listyorini. 2012. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promoi terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Telkom Flexi. *Diponegoro Journal of Social and Politic*
- Gunelius, S. (2011). 30 Minute Social Media Marketing. United States: Mc Graw Hill.
- Handayani, M. R. D. Y. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Promosi Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Beauty Produk Skincare Benings di Kota Surabaya. *Ekonika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(2). Retrieved from <https://ojs.unik-kediri.ac.id/index.php/ekonika/article/view/3220>.
- Ilaisyah, H. L., & Sulistyowati, R. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 27(1). Retrieved from <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jptn/article/view/39989>.
- Japlani, A. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Melalui Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian pada Butik di Kota Metro Lampung. *Jurnal Manajemen*, 5(1). Retrieved from <https://fe.umm metro.ac.id/ejournal/index.php/JM/article/view/493>.
- Kanuk. L.L. dan Schiffman L.G. 2015. Customer Behavior. Edisi 8. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kolinug, M. S., Mananeke, L., & Tampenawas, J. (2022). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(3). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41293>.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hanser, T. (2016). Marketing management. 15e, Harlow: Pearson Education.

- Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Lea Greenwood (2013), Fashion Marketing Communications. Library of Congress Cataloging-in-Publication Data
- Lukito, W. A., & Fahmi D, A. (2020). Pengaruh Promosi dengan Media Sosial terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Ortuseight pada Masyarakat Tanjung Morawa. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 1(2). Retrieved from <https://djournals.com/arbitrase/article/view/105>.
- Philip, K. dan Amstrong. G. (2014). Principles Of Marketing. Global Edition. 14 Edition. Pearson Education
- Putra, E. (2020). Pengaruh Promosi Melalui Sosial Media dan Review Produk pada Marketplace Shopee terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa STIE Pasaman). *Apresiasi Ekonomi*, 12(1). Retrieved from <https://itskhatulistiwa.ac.id/ojsapresiasiekonomi/index.php/apresiasiekonomi/article/view/298>.
- Safitri, A. N., & Basiya, R. (2022). Pengaruh Brand Image, Lifestyle, dan Promosi Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian di Toko 3Second. *YUME : Journal of Management*, 5(2). Retrieved from <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/yume/article/view/1700>.
- Schiffman, Leon G. dan Kanuk, Leslie L. (2016). Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Solomon, Michael R. (2019). Consumer Behavior: Buying, Having, dan Being. Edisi ke 13. Pearson Education.
- Sriyanto, A., Kuncoro, A. W., Sarsito, A., & Istikomah, K. (2019). Pengaruh Brand Ambassador, Minat Beli, dan Testimoni terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Situs Jual Beli Online Shop Shopee Indonesia di Universitas Budi Luhur Periode Februari–April 2018). *Jurnal Ekonomika dan Manajemen*, 8(1). Retrieved from <https://journal.budiluhur.ac.id/index.php/ema/article/view/858>.
- Sterie, W. G., Massie, J., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop sebagai Distributor Utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3). Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/24200>.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : Alfabet.
- Sujerwni, V, Wiretni. (2014). Metodologi penelitian : lengkap, praktis, dan mudah dipahami. Yogyakarta. Pustaka baru press.
- Tuten, L Tracy. (2008). Advertising: Social Media Marketing in a Web 2.0 World. United States: Greenwood Publishing Group
- Wahyu Ningsi, W. P., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi di Media Sosial dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS Glow. *Jurnal*

- Manajemen Modal Insani dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1). Retrieved from <https://jurnal.imsi.or.id/index.php/jmmib/article/view/36>.
- Xiaomi. (2024). *Situs Resmi Xiaomi Indonesia*. Diakses pada 8 Agustus 2024, dari <https://www.mi.co.id/id/>.
- Yonatan, A. Z. (2023,23 Juni). *Merek Ponsel Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023*. Diakses pada 8 Agustus 2024, dari <https://data.goodstats.id/statistic/bukan-samsung-ini-5-merk-hp-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023-l4Xkc>.