

DAFTAR PUSTAKA

- Andi.Link*. (2022, Februari). Retrieved from Andi.Link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- Anisa, N., & Tamando, H. (2021). *Perilaku Konsumen : Strategi dan Teori*. IOCS Publisher.
- Arief, G. M., & Millianyani, H. (2015). Pengaruh Social Media Marketing Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Konsumen Sugar Tribe. *e-Proceeding of Management Vol. 2, No. 3*.
- Asi, K. J., & Hasbi, I. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Bukalapak. *e-Proceeding of Management Vol. 8, No.1*.
- IDC. (2022, Maret 22). Retrieved April 8, 2022, from <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP48973022>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P dan Keller, K. L. (2016) *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Irawan, A. D. (2020). Pengaruh Aktivitas Social Media Marketing Terhadap Brand Trust, Brand Equity, Brand Loyalty Pada Platform Social Media Instagram. *Jurnal Manajemen dan Usahawan indonesia Vol. 43 No. 1*.
- Mubarok, D. A. (2016). Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Indonesia Membangun Vol. 15, No. 3*.
- Napoleon Cat*. (n.d.). Retrieved Maret 31, 2024, from Napoleon Cat: <http://napoleoncat.com/stats/social-media-users-in-indonesia/>
- Novitasari, N. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Celebrity Endorser, Harga, dan Brand Image Terhadap Minat Beli Produk Fashion. *KIM Lib UMMgl*.
- Prabowo, Y. W., Suharyono, & Sunarti. (2014). Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 14 No. 2*.
- Saksena, I. G., Agung, A. A., & Anggraini, N. P. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Social Media Marketing Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Xiaomi di Kota Denpasar. *Repository UNMAS Denpasar*.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Malang: UB Press.
- Statcounter*. (n.d.). Retrieved from Statcounter: <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia/#quarterly-201901-202202>
- Pratiniwingsih, I. (2018). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Melalui *Brand Image*. *Undergraduate Thesis*. Universitas Negeri Semarang.

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis & Manajemen Vol 3 (1)*.
- Hasibuan, Dathin Nabilla. 2020. Pengaruh Celebrity Endorsement dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO di Kalangan Pelajar SMA N 2 Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Manajemen Muhammadiyah Aceh Vol. 10 No. 2*
- Septi Dewi, Handayani (2023) *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING DAN CELEBRITY ENDORSER TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT WHITENING (Studi kasus pada konsumen Scarlett Whitening Kota Bekasi)*. Other thesis, UNSADA.
- Song, G. F. & Chaipoopiratana, S. (2008). *A Study of Chinese Advertising Practitioner's Perspectives on the Selection of Celebrity Endorsers. Journal of Business and Behavioral Sciences Volume 19, No. 1, Fall 2008.*
- Mehrabian, A., & Russel, J.A. (1974). *An Approach to Environmental Psychology*. MIT Press
- Sutrisno, K. K., & Aprillia, A. (2022). *MEDIA SOSIAL SEBAGAI ALAT PEMASARAN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG*. *Jurnal Ecoment Global*, 7(1).
- Rosdiana, M. F., & Hasanah, Y. N. (2022). *The Influence of Social Media Marketing and Price on Purchase Decisions Through Brand Image as An Intervening Variable*. *Budapest International Research and Critics Institute*. Volume 5, No. 3
- Pratama, F. F. (2021). *Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Smartphone OPPO di Purwokerto)*. Bachelor Thesis, UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PURWOKERTO.
- Khofifah, N. (2022) *Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, dan Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Smartphone Xiaomi di Kota Cilegon)*. S1 thesis, UNIVERSITAS SULTAN AGENG TIRTAYASA.
- Prayogi, A. Z. (2022). *Pengaruh Celebrity Endorser, Strategi Diferensiasi, Brand Image, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo di Lumajang*. Undergraduate Thesis. ITB Widya Gama Lumajang.
- Hidayat, R., & Djawoto, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Volume 7, No. 6.
- Kinasih, B. P. (2020). *Pengaruh Country of Origin dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Surjanawiyata Tamansiswa)*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, Volume 3, No 1.

