

Daftar Pustaka :

- Abednego, V. A. F. (2022). Pengaruh Media Sosial dan Jejaring Sosial dalam Pengambilan Keputusan Konsumen Produk Baju Olahraga Sepeda di Bandung. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(Vol. 10 No. 3 (2022): Oktober), 126–132.
<https://journals.stimsukmamedan.ac.id/index.php/ilman/article/view/101/282>
- Aceh, N. B., & Pristiwa, N. (2020). *1) 2). 10(2)*, 67–83.
- Aisyah, R. A. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki di Universitas Muhammadiyah Surabaya. *Business and Finance Journal*, 2(1), 29–43.
<https://doi.org/10.33086/bfj.v2i1.464>
- Alverina, D., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 113–112. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2342>
- Annur, C. M. (2024). *Geser Samsung, Apple Jadi Produsen Smartphone Terlaris 2023*. 17 January 2024.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/01/17/geser-samsung-apple-jadi-produsen-smartphone-terlaris-2023>
- Arda, M., Putra, Y. A., & Andriany, D. (2022). Pengaruh Media Sosial Dan Lingkungan Toko Terhadap Keputusan Berkunjung Konsumen Buttonsarves. *Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu*, 3(1), 592–599.
- Barus, G. G. (n.d.). *Joan Yuliana Hutapea & Gena Gemasta Barus*.
- Dahlia, C. (2022). *Pengaruh promosi penjualan dan media sosial terhadap keputusan pembelian di toko khansaa galeri pada masyarakat meulaboh*.
- Eka, D., & Sari, P. (2019). *Prodi manajemen. 2021*, 1–6.
- Hutagaol, C. D. (2018). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (Pajus) Medan. *Jurnal Keuangan Dan Bisnis*, 7(2015).
- Ibrahim, M. M., & Irawan, R. E. (2021). Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Sumber Informasi Pandemi Covid-19. *Representamen*, 7(02).
<https://doi.org/10.30996/representamen.v7i02.5727>
- Indriyani, R., & Suri, A. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Motivasi Konsumen Pada Produk Fast Fashion. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 25–34.

<https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.25-34>

- Jesslyn, B. N., & Loisa, R. (2019). Pengaruh e-WOM di Instagram terhadap Loyalitas Pelanggan Kopi Janji Jiwa. *Prologia*, 3(2), 440.
<https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6385>
- Keller, K. F. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Global Edition. Pearson
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Ed. 13. Dialihbahasakan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip, and Amstrong , *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Indeks, 2017.
- L. G. Schiffman and L. L. Kanuk, “Consumer Behavior,” 9th Edition, Prantice-Hall, Upper Saddle River, 2007
- Maharijaya Purnama, K., & Samuel, H. (n.d.). *Pengaruh Celebrity Endorsement Credibility Terhadap Consumer Based Brand Equity Dan Brand Credibility Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pengiriman Logistic J&T Express*. www.liputan6.com
- Man Mubarak, N. ', Fauzi, A., Inggang, D. H., & Nuralam, P. (2018). Pengaruh *Celebrity endorser* Pada Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Online pada Konsumen Produk Erigo Jakarta melalui Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 62(1), 18–25.
- Nuraini, A., & Maftukhah, I. (2015). Pengaruh *Celebrity endorser* dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek pada Kosmetik Wardah di Kota Semarang. *Management Analysis Journal*, 4(2), 171–179.
- Pambudi, A. (2018). *Pengaruh Kredibilitas Perusahaan Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tepung Terigu Cakra Kembar Pada Pt.Ism Bogasari Flour Mills Surabaya*. 9–22.
- Prasetyo, D., Ibrohim, W., & Aziz Araafi, M. (2021). Media Sosial Sebagai Alat Pemasaran Dalam Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone. *Journal of Islamic Business Management Studies (JIBMS)*, 2(2), 127–135.
<https://doi.org/10.51875/jibms.v2i2.188>
- Putri, G. A., Nofirda, F. A., & Siregar, D. I. (2023). Pengaruh Sosial Media dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Konsumen Pengguna Instagram di Pekanbaru). *Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 286–302.
- Riyanto, G. P. (2023). *No Title*. Kompas.
<https://tekno.kompas.com/read/2023/02/20/09030057/5-besar-vendor-smartphone-di-indonesia-pada-2022-oppo-samsung-mendominasi>

- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal Emba*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Septiani, L. (2023). *No Title*. Katadata. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/63f4764f4cd1f/hp-mahal-lebih-laris-di-indonesia-penjualan-xiaomi-anjlok-38-6>
- Sholawati, R. L., & Tiarawati, M. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli Produk Di Restoran Fast Food. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10, 1098.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh Promosi Media Sosial, *Celebrity endorser*, Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45. <https://doi.org/10.21460/jrmb.2021.161.371>
- Statistik, B. P., Industri, K., Besar, I., Kecil, I., Mikro, I., & Kerja, J. T. (2021). *Bab I Pendahuluan Jumlah Industri di Indonesia*. 1–8.
- Sugianto Putri, C. (2018). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cherie Melalui Minat Beli. *Performa : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(5), 594–603.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sulistyono, A., & Jakaria, J. (2022). Analisis Pengaruh Social Media Engagement Terhadap Relationship Quality Yang Dimediasi Oleh Faktor – Faktor Relationship Management. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1), 53. <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.987>
- Utari, M., & Rummyeni, R. (2017). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Princessyahrini Terhadap Gaya Hidup Hedonis Para Followersnya. *Jom Fisip Vol. 4 No. 2 (2017)*, 4(2), 1–22.
- Wheelen, dikutip oleh Wibisono, 2006, hlm. 45-47