

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Amstrong, Gary & Philip, Kotler. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Ansari, S., Ansari, G., Ghorri, M. U., & Kazi, A. G. (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer keputusan pembelian. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Artaningsih, L. (2014). Berbisnis dalam era globalisasi. *Komunika*, 8(1), 41-59.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault Jr. dan Jerome McCarthy. (2008). Alih Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. *Dasar-Dasar Pemasaran: Pendekatan Manajerial Global*. Buku 2. Edisi 16. Salemba Empat. Jakarta.
- Carver, C. S., & Johnson, S. L. (2018). Impulsive reactivity to emotion and vulnerability to psychopathology. *American Psychologist*, 73(9), 1067–1078.
- Cooper, Donald R., dan Emory, C. William. 1996. *Business Research Methods*. Jakarta: Erlangga Chandra, Gregorius. 2002. *Strategi dan Program Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Damayanti, S., Chan, A., & Barkah, C. S. A. (2021). Pengaruh *social media marketing* terhadap brand image My Pangandaran Tour and Travel. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(3), 852-862.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Cetekan 1. Bandung: Satu Nusa
- Elaydi, H. O. (2018). The Effect of *Social Media Marketing* on Brand Awareness through Facebook: An Individual-Based Perspective of Mobile Services Sector in Egypt. *Open Access Library Journal*, 05(10), ISSN: 2333-9721. doi: 10.4236.
- Engel, J.F., Blackwell, R.D. and Miniard, P.W. (1995). *Consumer Behavior*, 8th d, Orlando: The Dryden Press.
- Fauzi, S. I., & Aisyah, S. (2023). Analisis Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produksi skincare dan obat herbal pada PT. PLM JAYA. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1512-1520.

- Gunelius, Susan. (2011). *30-minute social media marketing: step-by-step techniques to spread the word about your business fast and free* / Susan Gunelius. New York: McGraw-Hill.
- Hasan, F., & Farida, L. (2022). Pengaruh Kelas Sosial dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumen pada Konsumen PT Matahari Department Store Tbk Malang. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 45-53.
- Haudi, H., Santamoko, R., Rachman, A.F., Surono, Y., Mappedeceng, R., Musnaini, M., & Wijoyo, H.W. (2022). The effects of *social media marketing*, store environment, sales promotion and perceived value on consumer keputusan pembelians in small market. *International Journal of Data and Network Science*.
- Hawkins, Del I., Roger J. Best, dan Kenneth A. Coney (1998), *Consumer Behavior : Building Markerting Strategy*, Irwin/McGraw-Hill.
- Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do *social media marketing* activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business research*, 65(10), 1480-1486.
- Kotler dan Keller. (2012), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Pemasaran. Jakarta: Erlangga*.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga*.
- Kotler, Philip. (2003). *Manajemen Pemasaran. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia*.
- M. S. P., ., I. W. S. S. M., & ., N. N. Y. S. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost pada Distro Ruby Soho di Singaraja. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 2(1).
- Mazaheri, Ebrahim & Richard, Marie-Odile & Laroche, Michel. (2011). Online consumer behaviour: Comparing Canadian and Chinese website visitors. *Journal of Business Research*. 64. 958-965.
- Mehrabian, A. and Russell, J.A., (1974). An approach to Environmental Psychology, In Fisher, Feffrey D., Paul A. Bell, and Andrew Baum (1984) *Environmental Psychology*, 2nd ed. New York: Holt, Rinchart and Winston.
- Moore, E. S., & Wilkie, W. L. (2005). We are who we were: Intergenerational influences in consumer behavior. In *Inside consumption* (pp. 208-232). Routledge.

- Muanas, Ahmad. 2014. Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT. Buana Indomobil Trada Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*. Vol. 3, No. 12. Surabaya: STIESIA Surabaya
- Narottama, N., & Moniaga, N. E. P. (2022). Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *JUMPA*, 8(2), 741-773.
- Pertiwi, B. A. S., & Sulistyowati, R. (2021). Pengaruh Strategi Green Marketing Dan *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Lokal Kerjodalu. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1376-1382.
- Ramadhani, I., & Nadya, P. S. (2021). Pengaruh *Celebrity Endorser* dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Fesyen Muslim Hijup. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1).
- Rosita, A., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2022). Peran Celebrity Endorse, Citra Merek, Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Niat Beli (Studi Kasus Pada Produk Scarlett). *Jurnal Manajerial*, 21(1), 95-110.
- Sangadji, Etta Mamang; Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta. Andi.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour* (10th ed). New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Shabrina, H. N., & Batu, R. L. (2020). Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zenius Education (Survei Pada Komunitas Online Zenius Education). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 19(2), 107-113.
- Shimp, T. A. (2003) *Advertising, Promotion and Supplemental Aspects of Integrated Marketing Communications* (6th ed.). Mason, Ohio: Thomson South Western.
- Shimp. A Terence. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Salemba Empat, Jakarta.
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. (2008). *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES.
- 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), 45-56.
- Solis, B. (2010). *Engage! The Complete Guide for Brands And Businesses To Build, Cultivate, And Measure Success In The New Web*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Srinivasan, Srini & Srivastava, Rajesh. (2010). Creating the futuristic retail experience through experiential marketing: Is it possible? An exploratory study. *Journal of Retail and Leisure Property*. 9.

- Subianto, T. (2007). Studi tentang perilaku konsumen beserta implikasinya terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 3(3), 165-182.\
- Sugiyono, 2020. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA
- Sunyoto, Danang. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service (CAPS)
- Utami, I. W. (2017). Perilaku konsumen. *Surakarta: CV Pustaka Bengawan*.
- Wahyuni Purbohastuti, A., & Hidayah, A. A. (2020). Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan*, 4(1), 37-46.
- Wibowo, D. H., & Zainul Arifin, S. (2015). Analisis strategi pemasaran untuk meningkatkan daya saing UMKM (Studi pada Batik Diajeng Solo). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 29(1).
- Yang, Z. Y., & He, L. Y. (2011). Goal, customer experience and purchase intention in a retail context in China: An empirical study. *African Journal of Business Management*, 5(16), 6738-6746.
- Yulianti, N. M. D. R. (2020). Pengaruh Brand Image, Green Marketing Strategy, Dan Emotional Desire Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mcdonald's. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 70-80.