

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, R. (2020). *E-Book Digital Marketing Content*, 14.
- Ahmad, R. AL. (2017). Pengaruh Celebrity Endorser Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Pada Men's Biore Di Bandar Lampung. Skripsi thesis, Ibi Darmajaya.
- Alma, B. (2013). *Marketing Management and Service Marketing*. In Bandung: Alfabeta.
- Arifin, C. (2021). *Era Digital, Pengusaha Perlu Kenali Perubahan Perilaku Konsumen Agar Tetap Kompetitif di Pasar* Artikel ini telah tayang di *Tribunnews.com* dengan judul *Era Digital, Pengusaha Perlu Kenali Perubahan Perilaku Konsumen Agar Tetap Kompetitif di Pasar*. www.tribunnews.com. <https://www.tribunnews.com/bisnis/2021/10/03/era-digital-pengusaha-perlu-kenali-perubahan-perilaku-konsumen-agar-tetap-kompetitif-di-pasar>
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Deepublish. <https://books.google.co.id/books?id=mUkQEAAAQBAJ&lpg=PP1&ots=31kOC0P5rb&lr&hl=id&pg=PR4#v=onepage&q&f=false>
- Burhan, F. A. (2021). Dua Strategi Samsung Menggeser Dominasi Ponsel Tiongkok di Indonesia. www.katadata.co.id. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/60536502a9167/dua-strategi-samsung-menggeser-dominasi-ponsel-tiongkok-di-indonesia>
- Chaffey, D., & Smith, P. R. (2017). *Digital Marketing Excellence: planning, optimizing and integrating online marketing*. Routledge.
- Ermalisa. (2013). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Pembelian Telepon Seluler Di Kota Meulaboh. Universitas Teuku Umar Meulaboh. Skripsi thesis, Universitas Teuku Umar Meulaboh.
- Ferdinand, A. (2014). *Metodologi pedoman penelitian untuk penulisan skripsi tesis dan disertasi ilmu manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternative dengan Partial Least Square (PLS)*. In Edisi ke-4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, F., Ali, M. M., & Nugroho, A. (2019). Analysis of the Effects of Perceived Ease of Use and Perceived Usefulness on Consumer Attitude and Their Impacts on Purchase Decision on PT Tokopedia In Jabodetabek. *European Journal of Business and Management Research*, 4(5), 1–6. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2019.4.5.100>
- Haryanto, F. B., Triwardhani, D., & Marzuki, F. (2019). Analisis Keputusan Pembelian Smartphone Vivo di Jakarta Timur, 2(1), 552–563.

- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nopus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). *Perilaku Konsumen*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Kamase, P. H. (2012). *Perluasan Model Penerimaan Teknologi Terhadap Kegunaan Dan Kemudahan Penggunaan Persepsian*. Lembaga Pengkaji Pembaharuan Hukum dan Kebijakan Publik (LP2HKP).
- Khoirunnisa. (2021a). Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia Q1-2021. *www.selular.id*. <https://selular.id/2021/05/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q1-2021/>
- Khoirunnisa. (2021b). Top 5 Vendor Smartphone di Indonesia Q4-2020. *www.selular.id*. <https://selular.id/2021/02/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q4-2020/>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global*. In USE: Pearson Education (Vol. 6).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing 17th Global Edition*. In Pearson Education Limited (hal. 737).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 14, Global Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15e édition*. In New Jersey: Pearson Education.
- Kusumawardhani, A., Esmeralda, E., Utama, J. P., & Anggraeni, A. (2021). Factors Affecting Purchase Decision in Indonesian E-Commerce Industry. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 4(3), 4173–4186.
- Luthfiana, H., & Ariani, N. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Konsumen Renan Store)*. Skripsi Thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Marlina, L., Rini, D. P. Y. A. N. K., Novianti, A., Srisusilawati, P., Yuniati, U., Manggarani, A. S., Hanafiah, H., Triwardhani, D., Matondang, N., Wati, T., Astuti, M., & Pujiyanto, D. (2020). *Digital Marketing*. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Maulani, T. S., & Pratama, R. A. (2019). The Gaming Community's Perspective Of Celebrity Endorsement And Product Quality, It's Impact On Purchase Decision. *International Journal of Business and Technology Management*, 1.
- Meodia, A. (2021). Penjualan smartphone global diprediksi tumbuh 11 persen. *www.antaraneews.com*. <https://www.antaraneews.com/berita/1983378/penjualan-smartphone-global-diprediksi-tumbuh-11-persen#mobile-src>
- Merdeka.com. (2019). Masyarakat Lebih Banyak Beli Handphone Android.

www.merdeka.com. <https://www.merdeka.com/uang/masyarakat-lebih-banyak-beli-handphone-android.html>

- Muliasari, D. (2020). The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones Among STIE AAS Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04), 501–506. <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Grasindo.
- Lestarie, N. A., Budianto, A., & Prabowo, F. H. E. (2020). Pengaruh Perceived Ease Of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomika*, 13(02), 194–200.
- Nuryati, & Nur'Ain, A. (2019). Harga, Kualitas Produk Dan Kemudahan Secara Online Pada Situs Lazada (Studi Pada Mahasiswa Stie-Aub Surakarta). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 6(1).
- Octavia, R. H. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan, Motivasi Kerja, Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT Kencana Rodo. Tesis thesis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta.
- Odionye, C. M., Yareh, D. M., Ibekwe, C., & Salami, H. A. (2021). Influence of Celebrity Endorsement on Consumers' Buying Decision of a Brand: a Study of Globacom Telecommunication Nigeria Limited. *Nnamdi Azikiwe University Journal of Communication and Media Studies*, 2(1), 1–20. <https://doi.org/10.47851/naujocommed.v2i1.110>
- Patel, N. (2019). Most popular smartphones by country: Is your Phone on the list? www.hookedontech.com. <https://hookedontech.com/most-popular-smartphones-by-country-is-your-phone-on-the-list/>
- Pertiwi, W. K. (2021). Galaxy Z Fold 3 dan Z Flip 3 Dilaporkan Laris Manis serta Diminati Anak Muda. www.tekno.kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/24/10370067/galaxy-z-fold-3-dan-z-flip-3-dilaporkan-laris-manis-serta-diminati-anak-muda?page=all>
- Pertiwi, W. K. (2021). Pasar Smartphone Indonesia Ternyata Naik di Tengah Pandemi. www.tekno.kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/18/09060077/pasar-smartphone-indonesia-ternyata-naik-di-tengah-pandemi?page=all>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. In McGraw-Hill Education (Asia) & Salemba Empat (9 ed.).
- Pratama, K. R. (2021). 10 Ponsel Terlaris Sepanjang 2020, Juaranya Ternyata Keluaran Lama. www.tekno.kompas.com. <https://tekno.kompas.com/read/2021/03/02/08060067/10-ponsel-terlaris-sepanjang-2020-juaranya-ternyata-keluaran-lama>
- Pratama, R., Megadini, D., & Kusriandini, T. (2019). Effect of Perceived Ease of Use, Word-of-Mouth Communication, and Brand Image on Decision to Use

- Lazada E-Commerce Services. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 6, 173. <https://doi.org/10.18415/ijmmu.v6i1.533>
- Pusparisa, Y. (2020). Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. www.databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- Putu Novi Triska Dewi, N., & Wayan Ekawati, N. (2021). The Role of Brand Image Mediated The Effect of Celebrity Endorser's Credibility on Purchase Decisions for Vivo Smartphone in Denpasar. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research*, 5, 290–301. www.ajhssr.com
- Raditya, B., Yuliati, L. N., & Krisnatuti, D. (2019). Analysis of the Effect of Brand Image, Product Quality and After-Sales Service on Repurchase Decision of Samsung Smartphones. *Russian Journal of Agricultural and Socio-Economic Sciences*, 92(8), 19–32. <https://doi.org/10.18551/rjoas.2019-08.03>
- Rizki Saputra, M., Ridwan, H., & Argo, J. G. (2020). Analisis Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi. *Prosiding Biema*, 1(1), 60–74.
- Royan, F. M. (2004). *Marketing celebrities*. Elex Media Komputindo.
- Samsung.com. (2019). Pengalaman smartphone premium untuk merayakan 10 tahun inovasi Galaxy dengan Samsung Galaxy S10. www.samsung.com. <https://www.samsung.com/id/discover/news-and-events/standar-baru-melalui-galaxy-s10-layar-kamera-dan-pilihan-lebih/>
- Samsung.com. (2021). Misi & Kultur Kami. www.samsung.com. <https://www.samsung.com/id/about-us/company-info/>
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi.
- Santoso, D. H. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Masters (S2) thesis, Universitas Muhammadiyah Malang.
- Sari, I. N., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Di Kabupaten Asahan (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan). *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 1(2).
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *Sebuah pengantar aplikasi untuk riset SPSS vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L. G., Kanuk, L. L., & Hansen, H. (2012). *Consumer behaviour—A european outlook*. In Harlow: Financial Times Prentice Hall.
- Shabrina, V. G. (2019). Pengaruh Revolusi Digital terhadap Pemasaran dan Perilaku Konsumen. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 1(2), 131–141. <https://doi.org/10.25008/jpi.v1i2.16>

- Shimp, T. A. (2010). *Integrated Marketing Communication in Advertising and Promotion*/por Terence A Shimp. (Nomor 658.8 S45.).
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. In D. I. Sutopo. (Ed.), Bandung: Alfabeta.
- Syahlani, M. R. (2019). The Effect Of Quality Product, The Price, And Brand Image Toward Asus Smartphone (A Case Study In District Ciputat, Tangerang Selatan). Skripsi thesis, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
- Timbowo, D. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *e-journal acta diurna*, V, 1–2. <https://media.neliti.com/media/publications/91480-ID-manfaat-penggunaan-smartphone-sebagai-me.pdf>
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, A. T., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek , Celebrity Endorser , Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian The Role of Brand Image , Celebrity Endorser , Product Quality in Purchase Decision Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150.
- Wardani, A. S. (2019). Warga Indonesia Paling Banyak Internetan Pakai Smartphone Apa? www.liputan6.com. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3967510/warga-indonesia-paling-banyak-internetan-pakai-smartphone-apa>
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (Studi Pada Pengguna Jasa Commuterline Di Jakarta). *JRMSI - Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/10.21009/jrmsi.006.1.06>