

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Ahdiat. (2023, June 23). Ini Operator Seluler dengan Pengguna Terbanyak di Indonesia Awal 2023. Retrieved May 22, 2024, from Katadata.co.id website: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/23/ini-operator-seluler-dengan-pengguna-terbanyak-di-indonesia-awal-2023>
- Atnasari, D. L., Warneri, W., & Kuswanti, H. (2022) PENGARUH Kepribadian Merek TERHADAP CUSTOMER LOYALTY LAPTOP ACER PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI FKIP UNIVERSITAS TANJUNGPURA. Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Khatulistiwa (JPPK), 11(5).
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kembali. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 5(1), 99-108
- Amirulmukminin, A. (2021) PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI RUMAH BUSANA AZ-ZAHRA KABUPATEN BIMA. Vol.2(5)
- Armaiya Rahayu, A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA SUSU PASTEURISASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI GUNDALING FARMSTED BERASTAGI KABUPATEN KARO (Doctoral dissertation, Universitas Malikussaleh).
- Alwis, A., Desiyanti, R., & Trianita, M. PENGARUH KEPERIBADIAN MEREK DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

- KAMERA SLR CANON DI KOTA PADANG. Abstract of Undergraduate Research, Faculty of Economics, Bung Hatta University, 6(2).
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bandung. (2023). Kecamatan Bojongsoang Dalam Angka 2023. Retrieved May 22, 2024, from Bps.go.id website: <https://bandungkab.beta.bps.go.id/id/publication/2023/09/26/e5eddb4fcaeed9178eb6b6/kecamatan-bojongsoang-dalam-angka-2023.html>.
- Candrasari, Y. C., & Claretta, D. (2020). Pengembangan Dan Pendampingan Literasi Digital Untuk Peningkatan Kualitas Remaja Dalam Menggunakan Internet. *Dinamisia: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(4), 611-618.
- Dwi Santy, R. (2015). The Big Five Personality Influences and Consumer Materialism against Purchasing Impulsive (Survey on Mall visitors in Bandung city). *ICo-ApICT 2015*.
- Ferdinand, M., & Selamat, F. (2019). Kepribadian Merek to Predict Brand Trust, Brand Attachment and Purchase Intention: Study on Cosmetic Products in Jakarta. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 439, 125–130.
- Firmansyah. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In Buku Pemasaran Produk dan Merek. C.V Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25. In *International Journal of Physiology* (9th ed.). Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. (2019). Perilaku Konsumen. December. <https://doi.org/10.31227/osf.io/pfjhz>

Hidayaty, N., Ginting, G., & Kurniawati, K. (2022). Pengaruh Relationship Quality, Brand Experience dan Desain Produk dengan Keputusan Pembelian sebagai Variabel Intervening terhadap Keputusan Pembelian Produk Peralatan Rumah Tangga. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(1), 138-156.

Indosat Ooredoo Hutchison - Perusahaan Telekomunikasi Digital Terbaik. (2023). Retrieved May 22, 2024, from Ioh.co.id website: <https://ioh.co.id/portal/id/iohindex>

Irene Girvin (2020) Kepribadian Merek (Student of Global Business Marketing) Komparasi Brand. (2020). Retrieved May 22, 2024, from Topbrand-award.com website: https://www.topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=10&id_subkategori=168&tahun_awal=2020&tahun_akhir=2024&brand1=IM3

Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 67-78.

Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604-630.

Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal of Business Management Education (JBME)*, 3(3), 67-78.

- Kasman, K., & Amirulmukminin, A. (2021). Pengaruh Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Busana Az-Zahra Kabupaten Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(5), 1375-1380.
- Luckyardi, S., & Apriliani, D. A. (2022). Pemasaran Kuliner Indonesia Berbasis Digital Marketing sebagai Sarana Gastro Diplomasi. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 16(2), 282-291.
- Mega, A. A. (2022). PENGARUH KOREAN AMBASSADOR DAN Kepribadian Merek TOKOPEDIA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YOUNG CONSUMER DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (Studi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Bisnis Syariah UIN Raden Intan Lampung) (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Mughni, A. Y., Amri, K. A., Ferdiansyah, R., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Persepsi Harga Kartu Prabayar IM3 Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Jakarta Pusat. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 6(2), 2503-2512.
- Nazir, Moh. (2014). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Putra, A. H. P. K., Ridha, A., & As'ad, A. (2018). Celebrity Endorser Pada Jejaring Sosialinstagram Untuk Menarik Minat Pembelian Calon Konsumen. *Jurnal Economic Resource*, 1(1), 86-89
- Pangkey, F. M., Furkan, L. M., & Herman, L. E. (2019). Pengaruh artificial intelligence dan digital marketing terhadap Keputusan Pembelian konsumen. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 8(3), 21-25.

- Putri, S. A., & Cahyono, F. E. (2022). Penerapan Algoritma Apriori Dalam Penentuan Best Seller Produk di FROZENIN. BUN. JSAI (Journal Scientific and Applied Informatics), 5(2), 49-60.
- PUTRA PRIYANDARA. (2024). Pengaruh Kepribadian MerekApple Terhadap Keputusan PembelianKonsumen Di Kota Bandung Tahun 2012. Retrieved May 22, 2024.
- Rizaldi, A & Hidayat. (2020). *Digital Marketing Communication Strategy*. Retrieved September 22, 2023, from Google.co.id website: <https://scholar.google.co.id/citation>
- Rizki Zulfikar. (2018). *Marketing Performance Influenced by Market Orientation Through Value Creation*. <https://doi.org/10.2991/icobest-18.2018.64>
- Sabrina,Y. A. (2011). Pengaruh Kepribadian Merekpada Brand Trust, Brand Attachment, Brand Commitment, dan Brand loyalty . Jurnal Bisnis danekonomi , 118.
- Siregar, Y. K. (2015). analisis pengaruh brand personality terhadap brand awareness dan perceived quality dalam keputusan pembelian kartu provider Indosat dikota pekan baru . Jurnal tepak manajemenbisnis
- Santy, D et.al (2021). The Effect of Creative Content to Increase Brand Awareness: Information Technology-Based Marketing Strategies. International Journal of Research and Applied Technology, 1(2), 410–423. <https://doi.org/10.34010/injuratech.v1i2.6771>
- Susilo, B. (2018). Pemasaran digital: Segmentasi demografi pengguna media sosial di kota Pontianak. Jurnal Eksplora Informatika, 8(1), 69-79

SIMBOLON, PEMIL S.M. (2022). PENGARUH INFLUENCER MARKETING
DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIANDI APLIKASI SHOPEE. Uhn.ac.id.
<http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/6456>

Suwandi, F. (2019). Pengaruh Kepribadian Merek terhadap Brand Awareness,
Brand Trust, dan Brand Loyalty Merek Chatime di Surabaya.

Sugiyono. (2014) Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D. Bandung:
CV Alfabeta

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung :
CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan
R&D) / Dr. Sugiyono

Widianto, A. M. P. (2022). Pengaruh Kepribadian Merek Produk Samsung
Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Doctoral dissertation, STIE
Indonesia Banking School).