

DAFTAR PUSTAKA

- Anang Firmansyah, M. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)* (1st ed.). DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Arsha, I., & Rihayana, I. G. (2022). Pengaruh PENGARUH BRAND IMAGE DAN SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA HONDA UD. MADE FERRY MOTOR. *Jurnal Ilmiah Manajemen ...*, 1(2), 2–6. <http://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jimak/article/view/322>
- Budiastuti, D., & Bandur, A. (2018). Validitas dan Reliabilitas Penelitian. In *Binus*. www.mitrawacanamedia.com
- Elidawaty, P., Bonaraja, P., Ahmad, S., Darwin, D., Valentine, S., Ari, M. G., Hery, P. S., Nurma, F., Arfandi, S., & Revi, E. (2019). *Metode Penelitian Ekonomi* (W. Ronal (ed.)). Yayasan Kita Menulis.
- Firmansyah, A. (2019). Buku Pemasaran Produk dan Merek. In Qiara Media (Ed.), *PEMASARAN PRODUK DAN MEREK (PLANNING & STRATEGY)* (pertama, Issue August, p. 336). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gaikindo. (2020). *Nissan, Maserati, Rolls-Royce Punya Logo Baru*. <https://www.gaikindo.or.id/nissan-maserati-rolls-royce-punya-logo-baru/>
- Gaikindo. (2021). *Gaikindo: Indonesian Automobile Industry Data*. Gabungan Industri Keendaraan Bermotor Indonesia (Gaikindo). <https://www.gaikindo.or.id/indonesian-automobile-industry-data/>
- Haryono, S. (2016). Metode SEM untuk Penelitian Manajemen dengan AMOS, LISREL, PLS. In *Badan Penerbit PT. Intermedia Personalia Utama* (p. 450).
- Hondro, M. W., & Suhardi. (2021). Pengaruh Desain, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Livina PT Rodamas Makmur Motor di Kota Batam. *Scientia Journal*, 4(January).
- Indomobil Nissan. (n.d.). *Indomobilnissan.com*. <https://www.indomobilnissan.com/cars/livina#top>
- 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., Nupus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina* (1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- JawaPos. (2020). *Nissan Isyaratkan Gunakan Logo Baru, Begitu Juga Model Sport Z Series*. <https://www.jawapos.com/oto-dan-teknolog/otomotif/25/03/2020/nissan-isyaratkan-gunakan-logo-baru-begitu-juga-model-sport-z-series/>
- Kemenperin. (2021). *Kemenperin: Pandemi Menghadang, Kinerja Industri Otomotif Melaju Kencang*. Kementerian Perindustrian Indonesia. <https://kemenperin.go.id/artikel/22929/Pandemi-Menghadang,-Kinerja-Industri-Otomotif-Melaju-Kencang>
- Khoziyah, S., & Lubis, E. E. (2021). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Followers Online Shop Instagram @KPopConnection. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 39–50.
- Masitoh, K.-S. (2021). Pengaruh Sosial Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1), 10–10.
- Munir, A. R., Maming, J., Kadir, N., Ilyas, G. B., & Bon, A. T. (2019). Measuring the

- effect of entrepreneurial competence and social media marketing on small medium enterprises' competitive advantage: A structural equation modeling approach. *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management, July, 2006–2014.*
- Nissan Motor Indonesia. (2015). *Nissan College PT. Nissan Motor Indonesia 1 Revisi Des 2015* (pp. 1–12).
- Oto. (2021). *Desember 2021: Angka dan Analisis Penjualan Mobil di Indonesia / Oto*. Wwww.Oto.Com. <https://www.oto.com/berita-mobil/desember-2021-angka-dan-analisis-penjualan-mobil-di-indonesia>
- Prasetyo Wati, A., Aulia Martha, J., & Indrawati, A. (2020). *Digital Marketing* (N. A. Fransiska (ed.); 1st ed.). Edulitera (PT. Literindo Berkah Karya).
- Priatama, R., Ramadhan, I. H., Zuhaida, A.-, Akalili, A., & Kulau, F. (2021). ANALISIS TEKNIK DIGITAL MARKETING PADA APLIKASI TIKTOK (Studi Kasus Akun TikTok @jogjafoodhunterofficial). *SOCIA: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 18(1), 49–60. <https://doi.org/10.21831/socia.v18i1.40467>
- Putra, B. N. K., & Vipraprastha, T. (2022). Personal Branding, Social Media Marketing, Dan Word of Mouth Dalam Meningkatkan Buying Decision Pada Konsumen E-Commerce Shopee. *Modus*, 34(1), 75–84. <https://doi.org/10.24002/modus.v34i1.5061>
- Ritonga, H. M., Fikri, M., Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2018). *Manajemen pemasaran*.
- Sabila, N., & Amalina, S. (2020). *Pengantar Digital marketing* (Pertama, Issue September 2019). STEKOM Semarang.
- Samsu, S. (2017). Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development. In Rusmini (Ed.), *Diterbitkan oleh: Pusat Studi Agama dan Masyarakat (PUSAKA)* (1st ed.). Pusat Studi Agama dan Masyarakat (PUSAKA).
- Sugiyono. (2021). *Statistika untuk Penelitian* (31st ed.). CV. ALFABETA.
- Sukardi Kodrat, D. (2020). *Manajemen Merek dan Strategi E-commerce pendekatan praktis* (pertama). Prenada Media. <https://books.google.co.id/books?id=Qx0REAAAQBAJ>
- W D Paramita, R., Rizal, N., & B Sulistyan, R. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Widya Gama Press.
- We are Social. Hootsuite. (2021). *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights*. Dataportal.Com. <https://dataportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Wijoyo, H., Musnaini, Suherman, & Indrawan, I. (2020). Digital Marketing. In *IKAPI* (pertama, Vol. 1). CV. Pena Persada Redaksi.
- Wijoyo, H., Sunarsih, D., Cahyono, Y., & Indrawan, I. (2020). *MANAJEMEN PEMASARAN DI ERA GLOBALISASI* (M. Prof. Dr. Ir. H. Anoesyirwan Moeins, MSi. (ed.); 1st ed.). CV. Pena Persada Redaksi.
- Zainurossalamia, S. (2020). Manajemen Pemasaran Teori dan Strategi. In Hamdan (Ed.), *Forum Pemuda Aswaja: Vol. pertama* (1st ed.). Forum Pemuda Aswaja.