

## DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad. (2021). *Pengertian Sepak Bola: Sejarah, Peraturan, Teknik Dasar dan Manfaat*. <https://www.gramedia.com/best-seller/pengertian-sepak-bola/>
- Cerita Jersey. (2021). *Store Visit Episode 11 – PSIS Store*. <https://www.ceritajersey.com/2021/06/store-visit-psis-store.html>
- Chatterje, Shessadri & Arpan Kumar Kar. (2020). Why Do Small And Medium Enterprises Use Social Media Marketing and What Is The Impact: Empirical Insights from India. *International Journal of Information Management* 53, 102103
- Chen, Shih-Chih & Chieh-Peng Lin. (2019). Understanding the Effect of Social Media Marketing Activities: The Mediation of Social Identification, Perceived Value, and Satisfaction. *Technological Forecasting & Social Change* 140, 22-32
- Cheung, Lai Man, Guilherme Pires, & Philip J. Rosenberger. (2020). The Influence of Perceived Social Media Marketing Elements on Consumer–Brand Engagement and Brand Knowledge. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol 32 No. 3, pp 695-720
- Ferdinand, A. T. (2014). *Metode Penelitian Manajemen (Edisi Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ferdinand, A. T. (2014). *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen (Edisi Kelima)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gale. (2009). *Encyclopedia of Management*. Cengage Learning

- Handono, Artiar Anjani & Putu Nina Madiawati. (2021). Pengaruh Social Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian, melalui Brand Awareness. *JURISMA : Jurnal Riset dan Manajemen, Volume 11 No.1*
- Hernandhito, Narendra. (2020). *Tentang Fanatisme Suporter Sepakbola*.  
<https://fandom.id/tentang-fanatisme-suporter-sepakbola/>
- Kambali, Imam & Siti Masitoh. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran, Volume 11 No. 1*
- Kessler, Eric H. (2013). *Encyclopedia of Management Theory*. California: SAGE Publications
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketiga Belas Jilid 1 (A. M. Y. S. Hayati (ed.); 13th ed.)*. Penerbit Erlangga
- Kotler, P., & Kevin Lane, K. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1 (A. Maulana & W. Hardani (eds.); 13th ed.)*. Penerbit Erlangga
- Kurniasari, Meatry & Agung Budiarmo. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada J.Co Donuts & Coffee Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 7 No. 1*
- Muslim, A. W. (2018). Pengaruh Social Media, E-Service Quality dan Harga terhadap Keputusan Pembelian yang Dimediasi oleh Gaya Hidup. *Jurnal Riset dan Manajemen, 6(2), 145–162*

- Narottama, Nararya & Natasha Erinda Putri. (2022). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Destinasi Wisata Kuliner di Kota Denpasar. *JUMPA, Volume 8 No. 2*
- PSIS Semarang. (2022). *Tentang Kami: PSIS Semarang*. <https://psis.co.id/tentang-kami/>
- Purwaningsih, Nining & Fahmi Susanto. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Jurnal Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (KNEMA)*
- Riyantama, Rauhandi. (2021). *Profil PSIS Semarang: Sejarah hingga Komposisi Pemain untuk Liga 1 2021*. Bolatimes.com. <https://www.bolatimes.com/bolaindonesia/2021/06/29/183000/profil-psis-semarang-sejarah-hingga-komposisi-pemain-untuk-liga-1-2021>
- Robert, H. W., & Thomas, W. R. (1983). *Marketing Management*. Business Publications, INC.
- Rudyanto. (2018). Pengaruh Pemasaran Jejaring Media Sosial dan Keterkaitan Konsumen terhadap Niat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa, Volume 11 No. 2*
- Upadana, Made Wahyu Krisna & Komang Agus Satria. (2020). Brand Awareness Memediasi Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen, Volume 9 No. 5*