

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin, & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Anang Firmansyah, M. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (p. 72).
- Anwar, S., & Gusnita, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Farmasi Universitas Perintis Indonesia). *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 2022. <https://tekno.kompas.com>
- Ardiansyah, Lukman, M. (2018). *Ini Dia Perbedaan dari Setiap Seri Smartphone Vivo*. Carisinyal.Com.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Pengguna Telepon Genggam di Indonesia*. <https://www.bps.go.id/indicator/27/1221/1/proporsi-individu-yang-menggunakan-telepon-genggam.html>
- Dedi. (2023). *Perusahaan Vivo: Membangun Jejak Sukses dalam Dunia Perangkat Seluler*. Idmetafora. <https://idmetafora.com/news/read/3736/Perusahaan-Vivo-Membangun-Jejak-Sukses-dalam-Dunia-Perangkat-Seluler.html>
- Dewi, M. M., & Rohana, T. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Insight Management Journal*, 3(2), 193–199. <https://doi.org/10.47065/imj.v3i2.231>
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Fandy, & Tjiptono. (2014). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)).
- Fatriana, E., Karim, S., & Eka, D. (2016). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Samsung Di Kota Palembang*. 1, 1–8.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23 Updet PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. V., Prabowo, R. E., & Semanrang, U. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Promosi , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *Journal of Management & Business*, 5, 540–548. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2280>
- Imansyah, B., & Pudjoprastyono, H. (2023). Kualitas Produk dan Persepsi Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines*, 5, 1–15. doi: 10.31539/jomb.v5i1.527
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management : building, measuring, and managing brand equity*. Pearson Education , 2010.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (edisi 13). Erlangga,.
- Kotler, P., & Keller, Kevin, L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Ke 1). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, Kevin, L. (2016). *Marketing Management. Edisi 15, Global Edition United Kingdom: Pecarson Eduarcation*.
- Kottler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of marketing*.
- Kristanto, D., Ipmawan, H., Kuncoro, A. W., Naryoto, P., Pakpahan, M., & Hendrawan, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Penjualan dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Samsung di Jakarta). *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(2), 84–97. <https://ejurnal.stie-trianandra.ac.id/index.php/jubima/article/view/1382>
- Langga, L. (2020). Pengaruh Disiplin Kerja Terhadap Semangat Kerja Pegawai Kantor Kesyahbandar dan Otoritas Pelabuhan Kelas II Samarinda. *Jurnal Administrasi Publik*, 3(1), 508.
- Lupiyoadi, R. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa* (3rd ed.). Salemba Empat.
- Nasution, A.-A. A. u, & Syamsuri, A. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelia Smartphone Samsung (Studi Mahasiswa STIE Labuhanbatu). [*JURNAL ECOBISMA*], 3(1), 36–46.
- Nurfitriani, H., & Hartini, N. M. H. (2020). *Pengaruh Harga dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo*. 01(2), 51–59.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*, 4, 60–69.
- Prakoso, Bintang, R., Istianti, Marwati, Setya, F., & Suyamto. (2023). Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Brand Image, Inovasi Produk, dan Gaya Hidup (Studi Di Pusat Handphone Singosaren). *Manajemen Bisnis Syariah*, 16, 1–8.
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48–52. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/816>
- Rahmawati, L., & Hartono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus Pada

- Pengguna Handphone Samsung Di Desa Mekarmukti Cikarang Utara)". *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(4), 494–504. <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>
- Rizkiana, C., Suryawardana, E., Pratiwi, P., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Infinix. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(3), 635–642. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.712>
- Robbins, S., & Coulter. (2016). *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P.* Erlangga.
- Sangadji, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: CV.Andi offset.*
- Sugiyono. (2018a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Alfabeta, cv.
- Sugiyono, D. (2018b). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D/Sugiyono. *Bandung: Alfabeta*, 15(2010).
- Top Brand Index. (2023). *Data Top Brand Perbandingan Smartphone 2018-2022.* Op Brand Award ([Www.Top Brand-Award.Com](http://www.Top-Brand-Award.Com)).
- Trimaningrum, A. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone VIVOY12 (Studi pada Pengguna Smartphone VIVOY12 di Kecamatan Kebumen).* 12.
- Werdiasih, D., & Apriliani, K. (2021). *Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone vivo.* 2(1), 1–12.
- Wijaya, E., Hafni, L., & Chandra, S. (2021). Gaya Hidup, Inovasi Produk, Harga dan Citra Merek: Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 244–252. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>