

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, S. N., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Pada Konsumen Smartphone Oppo Di Aan Cell Kaliwungu Kendal). *Jesya*, 6(1), 147–155. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.890>
- Aral, S., Dell'Acqua, F., & Ghosh, R. (2013). The Role of Word of Mouth in the Consumer Decision-Making Process. *Journal of Marketing Research*, 50(3), 345–358.
- Aral, S.; Dell'Acqua, F.; Ghosh, R. (2018). The Role of Word of Mouth in the Consumer Decision-Making Process. *Journal of Marketing Research*, 55(3), 345–358.
- Assauri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran: Konsep Dasar dan Strategi* (Edisi Pert). PT Raja Grafindo Persada.
- Assuri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. PT Rajagrafindo Persada.
- Fatimah, B. S. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Marketgram Journal*, 1(1), 11–14. <https://e-journal.naureendigiton.com/index.php/mj>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kang, H., & Raymond. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Samsung Pada Masyarakat Batam. *SCIENTIA JOURNAL: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 3(2), 1–10.
- Keller, P. K. dan K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, P.; Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (15th ed.). Pearson Education.

- Kotler, P. & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* (Edisi ke T). Salemba Empat.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, inc.
- Kotler, Philip; Armstrong, G. (2017). *Prinsip-prinsip pemasaran* (13th ed.). Erlangga.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane; Chernev, A. (2019). *Marketing Management* (15 th Edit). Pearson Education.
- Kotler, Philip; Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler , P. dan Keller, K. . (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Indeks.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. CV Al Fath Zumar.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen pemasaran jasa berbasis kompetensi-2013*. Jakarta. Penerbit Salemba Empat.
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, 1(4), 768–783. <https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Molinari, L. K., Abratt, R., & Dion, P. (2008). Satisfaction, quality and value and effects on repurchase and positive word-of-mouth behavioral intentions in a B2B services context. *Journal of Services Marketing*, 22(5), 363–373.
- Monroe, K. B. (2019). *Consumer Behavior: Pricing and Perceived Value*.
- Mowen, J. C. & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Mowen, J. C. Minor, M. (2001). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.
- Muanas, A. (2014). *Perilaku Konsumen*. CV. Gerbang Media Aksara.
- Nasution, M. N. (2011). *Manajemen mutu terpadu*. Ghails Indonesia.
- Philip Kotler, G. A. (2001). *Manajemen Pemasaran* (Edisi II). PT. Indeks.

- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosial*. CV Pustaka Setya.
- Rachmawansyah, R., & Rohman, M. B. S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469–481.
- Rumengan, G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone oppo di manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>
- Shafrizal, A., & Pudjoprastyono, H. (2022). Kualitas Produk, Citra Merek, dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1121–1133. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.5045>
- Solomon, M. R., Bamossy, G., Askegaard, S., & Hogg, M. K. (2018). Consumer behaviour. *Buying, Having and Being. Twelfth Edition: Pearson Education*.
- Sopiah, E. M. S. dan. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Edisi pert). Andy.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R dan D*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2020). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Center of Academic Publishing Service.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>
- Sutrisno, H. (2004). *Analisis Regresi*. Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, F. (2012). *PEMASARAN* (Edisi Revi). Andi Offest.
- Vindiana, Afina Putri, F. L. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA SAMSUNG, TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE INDONESIA, PADA MAHASISWA INSTITUT TEKNOLOGI*. 16(1), 47–62.
- YENNI ARFAH, SE., M. A. (n.d.). *KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK*. PT

INOVASI PRATAMA INTERNASIONAL.

- Yudistira. (2022). Pengaruh Brand Image , Harga , dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Smartphone merek Oppo di Lumajang. *Of Organization and Business Management*, 125–131.
- Zeithmal, V. A. (2010). *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. Free Press.

