

DAFTAR PUSTAKA

- Ferrinadewi, D. (2011). *Merek & Psikologi Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Firmansyah, S. I. A., Musringah, & Nawangsih. (2018). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo (Studi Kasus Pada Mahasiswa IAIS Syarifuddin Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(2), 133–142.
- Ghofur, M. A., & Lestariningsih, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Honda CBR250RR. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(8), 1–22.
- Gunawan, C. (2018). *Mahir Menguasai SPSS : Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25*. Yogyakarta: Deepublish.
- Husen, A., Sumowo, S., & Rozi, A. F. (2018). Pengaruh Lokasi, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mie Ayam Solo Bangsal Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 4(2), 127.
- Ilmi, M. W., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xiaomi Smartphone (Study Pada Konsumen Xiaomi, Meteor Cell Kota Malang). *Jurnal Riset Manajemen*, 8(20), 139–149.
- Istiyanto, B., & Nugroho, L. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1–8.
- Khumairo, Lukiana, N., & Kasim, K. T. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Kapal Api Di Lumajang. *Jurnal Progress Conference*, 1(1), 262–270.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42.
- Mahyarni, M. (2013). Theory Of Reasoned Action Dan Theory Of Planned Behavior (Sebuah Kajian Historis Tentang Perilaku). *Jurnal El-Riyasah*, 4(1), 13–23.
- Mamahit, P., Soegoto, A. S., & Tumbuan, W. A. (2015). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota All New Yaris Pada PT. Hasjrat Abadi Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 15(05), 777–787.

- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Manurung, G., Lie, D., Butarbutar, M., & Inrawan, A. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Survei Pada Mahasiswa Stie Sultan Agung Semester VI Tahun Akademik 2016/2017). *Maker: Jurnal Manajemen*, 4(2), 30–39.
- Maulana, I. H. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Xiaomi Smartphone. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(12), 1–16.
- Maupa, H., Kadir, N., & Sulbiah. (2019). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse di Makassar. *Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Informatika*, 16(2), 135–168.
- Nantyas Cahyaningrum, A. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Indosat Ooredoo (Studi Kasus Pada Konsumen Indosat Ooredoo Di Semarang). *Journal Of Management*, 7(4), 1–8.
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 194–199.
- Nuary, F. D. (2010). Implementasi Theory of Planned Behavior Dalam Adopsi E-Commerce Oleh UKM. *Jurnal Universitas Sebelas Maret Surakarta.*, 21–25.
- Nuprilianti, N. P., & Khuzaini. (2016). Pengaruh Personal Selling, Brand Image , Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Mobil. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(1), 1–18.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Oppo.com. (2004). *OPPO Indonesia*. www.oppo.com
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (3rd ed.). Widya Gama Press.
- Permana., D. I., & Satrio., B. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Word of mouth, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max pada Club Yamaha N-Max Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(12), 1–24.
- Prayitno, B. B., & Widyawati, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha R15. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(2), 1–21.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Sertia.

- Rachman, R., & Abadi, T. W. (2016). *Komunikasi Word Of Mouth Dan Keputusan Pembelian Batik Bangkalan*.
- Runtuuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Cafe Dan Resto Cabana Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3), 1803–1813.
- Saidah, L., & Budiyanto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 7(11).
- Sofina, & Patrikha, F. D. (2022). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet 4G Unlimited Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 10(1), 1530–1536.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Wahidmurni. (2017). Pemaparan Metode Penelitian Kuantitatif. In 2017.
- Wardani, D. A., & Dewi, R. S. (2021). Pengaruh Brand Image, Word Of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Elektronik Sanken Di Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(2), 1041–1048.
- Wijaya, T., & Eristia, L. P. (2014). Pengaruh Electronic Word Of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Kamera DSLR. *Seminar Nasional Dan Call for Paper, Sancall*, 12–19.