

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M. S., Nadila, D. L., Anindita, T. A., & Rosia, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 120–136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Ananda, A. (2011). Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek. *Spektrum Mitra Utama*. Jakarta.
- Ardiansa, R., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.934>
- Asadifard, Rahman, Aziz, & H. (2015). A Review On Tourist Mall Patronage determinant In Malaysia. *International Journal Of Innvormation, Managemen And Technology*, 6(3), 299.
- Azizul Khakim, M., & Medina, S. (2023). Analisis Pengaruh Budaya, Sosial, Kepribadian dan Psikologisterhadap Keputusan Pembelian HP Merk Apple. *Strata Business Review*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.59631/sbr.v1i1.21>
- Citra Rizkiana, Edy Suryawardana, Putri Pratiwi, & Aprih Santoso. (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>
- Darmalaksana, W. (2020). Metode penelitian kualitatif studi pustaka dan studi lapangan. *Pre-Print Digital Library UIN Sunan Gunung Djati Bandung*.
- 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>
- 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>
- Hanggara, A. (2022). *Analisis Data Kuantitatif (tika Lestari (ed.))*. CV.Jakad Media Publishing. Jakad Media Publishing.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang). *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(2), 115–121. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i2.2313>
- Jenianti, R., Mustakim, M., & Nurjanah, N. (2020). Pengaruh Faktor Budaya,

- Faktor Sosial, Faktor Pribadi, Dan Faktor Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Business UHO: Jurnal Administrasi Bisnis*, 5(1), 77. <https://doi.org/10.52423/bujab.v5i1.12372>
- Kotler & Keller. (2016). *Marketing Manajemen, 15th Edition*. New Jersey: Person Pretice Hall. Inc.
- 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 (JUBIMA)*, 1(2), 84–97.
- Mardiyah Aini, sampir andrean sukoco S. M. (2024). *Cultural and social influences on purchasing decisions for vivo brand smartphones*. 7, 10540–10551.
- Nawangsih, khoiruk ifa dan kurniawan yunus ariyono. (2019). *manajemen pemasaran*.
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemen). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3 (Edisi 3)*. Widya Gama Press.
- Paramita, N. R. & R. W. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Edisi satu*, Azyan Mitra Media, DIY.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada era media sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia, 358.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode riset penelitian kuantitatif penelitian di bidang manajemen, teknik, pendidikan dan eksperimen*. Deepublish.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83.
- Septia, Sarah; Prambudi, B. (2021). *Septiani and Prambudi/ Journal Of Management (Sme's), Vol.14, No.2, 2021, P153-168*. 14(2), 153–168.
- Simatupang, L. N., & Marsella, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Ibox Gandaria City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 47–61. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.161>
- Sugiarto, I. (2022). *Metodologi penelitian bisnis*. Penerbit Andi.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. *Bandung: Alfabeta.*

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Pendidikan Edisi 3. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Ummah, M. S. (2019). Perilaku Konsumen. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). http://sciotea.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/red2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_sistem_pembetulan_terpusat_strategi_melestari

Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>

Yulianti, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk Dan Konsep Harga*. Yogyakarta: Deepublish.