

## DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. M. (2023). *Proyeksi kepemilikan ponsel pintar masyarakat Indonesia*. GoodStats. [https://goodstats.id/article/proyeksi-kepemilikan-ponsel-pintar-masyarakat-indonesia-Bqrlk?utm\\_source=perplexity](https://goodstats.id/article/proyeksi-kepemilikan-ponsel-pintar-masyarakat-indonesia-Bqrlk?utm_source=perplexity)
- Adwimurti, Y., & Sumarhadi, S. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 74–90. <https://doi.org/10.32509/jmb.v3i1.3070>
- Andis, A., Risal, M., & Kasran, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25–31. <https://doi.org/10.35906/jm001.v5i1.345>
- Apriany, A., Gendalasari, G. G., & Fadillah, A. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK SUMMIT. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(1), 105–114. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i1.1278>
- Ardi, A. N. Al, Nadhirah, A., Saadillah, D., & Sutantio, R. A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Beras Putri Koki Premium di Kabupaten Jember. *Journal of Agricultural Socio-Economics*, 5(1).
- Astuti, I. P., & Anggresta, V. (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Shopee Food Di Jakarta Selatan. *Jurnal USAHA*, 3(2), 29–35. <https://doi.org/10.30998/juuk.v3i2.1230>
- Atri, R. D. M. D., Ambarkahi, R. P. Y., Dhamayanthi, W., Putra, D. E., & Widjayanthi, L. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Herdacake Bakery dan Cafe Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 2(1). <https://doi.org/10.25047/jmaa.v2i1.30>
- Azhar, F. A., & Fadhillah, I. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Apple di Kota Surabaya. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 2(11), 288–298.
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Fadillah, M. R., & Batu, R. L. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(1), 179–187.

<https://doi.org/10.47467/elmal.v5i1.3482>

- Fahrezi, A., & Sukaesih, uuh. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Aldo (Studi Kasus Di Pondok Indah Mall Jakarta). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 2, 189–199. <https://doi.org/10.36441/snpk.vol2.2023.117>
- Fera, & Pramuditha, A. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, Vol. 3*.
- Firmansyah, anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*.
- Fitriana, S., & Lesmana, R. (2024). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Erafone Summarecon Mall di Kabupaten Tangerang. *Journal of Economic Academic, 1(2)*.
- Fitriani, D. N., Fatimah, F., & Izzuddin, A. (2021). *Pengaruh Fitur, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo*. 21(1), 63–76.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginanjjar, S. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata Pada Mall Artha Gading (Studi Kasus pada Toko Sepatu Bata Mall Artha Gading)*. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/6555>
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38.
- Hardani, Andriani, H., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Istiqomah, R. R., Fardani, R. A., Sukmana, D. J., & Auliya, N. H. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Penerbit Pustaka Ilmu.
- Haryani, D. S. (2019). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspandari Asri Tanjungpinang. *Jurnal Dimensi*, 8(1), 54–70. <https://doi.org/10.33373/dms.v8i1.1827>
- Indonesia, C. (2025). *Raja HP Terbaru di RI Bukan Xiaomi-Oppo-Vivo, Ternyata Merek Ini*. CNBC Indonesia.
- Jannah, W. N., Nurfarida, I. N., & Asna, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen, 11(1)*,

10–17. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i1.8914>

- Johari, M., & Supriyono, S. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Bata (Studi Pada Bata Plaza Surabaya). *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(3), 745–755. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i3.721>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15e*.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Alfabeta.
- Marnoto, M., Sopi, S., Hartarini, Y. M., & ... (2022). Faktor Penentu Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Innovative: Journal Of ...*, 2, 838–847.
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nari, N., Yuwetri, M., & Gampito. (2021). Dominasi Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kudapan Jagung F1 Aina. *Jurnal Al-Iqtishad*, 2, 176–192.
- Nayiroh, S. N., Dwiantari, S., Fala, M. R. A., & Naziha, M. F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(1), 1–9.

- Nurlaili, S., & Sutrisna, E. (2024). *Analisis faktor yang mempengaruhi loyalitas konsumen toko bata mtc panam pekanbaru*.
- Polobutu, S. A., Sulatra, N. D., Matta, J., Naufal, M. R., Mursida, & Anggraini, A. D. (2025). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Erafone Palopo. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 5(3).
- Rahman, M. A. (2016). *Manajemen Kualitas Suatu Pengantar* (Vol. 4, Issue 1).
- Ramadhan, M. A., Setyowati, T., & Rahayu, J. (2024). *Peran Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*. 01(03), 176–187.
- Reken, F., Erdawati, Rahayu, S., Apriansyah, R., Herman, H., Sulfitri, V., Hermanto, Fatmawati, Suprihartini, L., Masliardi, A., Hariyanti, N. K. D., & Tawil, M. R. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Sari, E. R., Ningrum, N., & Dewi, T. A. (2023). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Di Kota Metro Tahun 2022. *Edunomia: Jurnal Ilmiah Pendidikan Ekonomi*, 3(2), 150–158. <https://doi.org/10.24127/edunomia.v3i2.3727>
- Sehangunaung, G. A., Mandey, S. L., & Roring, F. (2023). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Aplikasi Lazada di Kota Manado The Influence Of Service Quality On Customer Satisfaction Using Delivery Services At Tiki Garuda Agent Manado Branch*. 11(3), 1–11.
- Sopacua, D. C. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Semarang)*. Universitas Semarang.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6, 240–245. <https://doi.org/10.37034/infkeb.v6i1.856>
- Yuliantiningsih, A., Susilo, H., Rahardjo, T., & Manajemen, J. (2016). Analisis Pengaruh Citra Merek, Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Bandeng Juwana Elrina). *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–11.