

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Arta Naibaho, U., Akbar, H., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Kepuasan Pelanggan: Analisis Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review Strategic Marketing Management). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 1079–1089. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1346>
- Brigjen, J., Basry, H. H., & Banjarmasin, N. (n.d.). KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE DI BANJARMASIN Winda Setia Rahmi Norbaiti *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*. 30–39.
- Budiman, A. (2019). PENGARUH STRUKTUR MODAL DAN LIKUIDITAS TANGGUNGJAWAB SOSIAL PERUSAHAAN SEBAGAI VARIABEL MODERATING (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2015 - 2018) TESIS Oleh :
- Farhan Saputra, & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli.com. *Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis: Cuan*, 1(2), 98–105. <https://doi.org/10.59603/cuan.v1i2.18>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Ghorbanzadeh, D., Saeednia, H., & Rahehagh, A. (2020). Antecedents and consequences of brand passion among young smartphone consumers: evidence of Iran. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1712766>

- Herlambang, H., Mulyana, M., & Riwoe, F. L. R. (2022). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 169–178. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1456>
- Hoar, M. N., Bunga, M., Dhae, Y. K. I. I. D., & Rolland, E. (2013). *KUPANG The Influence of Product Quality and Brand Image on Oppo Smartphone Purchasing Decisions of Kupang City People*. April, 1311–1319.
- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.26>
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Mutiara, M., & Wibowo, I. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 8(2), 10–20. <https://doi.org/10.35137/jmbk.v8i2.419>
- 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>
- Shrestha, R., Kadel, R., & Mishra, B. K. (2023). A two-phase confirmatory factor analysis and structural equation modelling for customer-based brand equity framework in the smartphone industry. *Decision Analytics Journal*, 8(August), 100306. <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100306>
- Sinulingga. (2021). *Jurnal Ekobistek*. 10(4), 213–220. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>

- Sipayung, T., & Bobby Syahreza. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen : Jurnal Ekonomi*, 3(1), 11–24.
<https://doi.org/10.36985/manajemen.v3i1.475>
- Sunaryo, D. (2025). *PENGARUH HARGA DAN FAKTOR PSIKOLOGIS TERHADAP PENGAMBILAN*. February 2017.
<https://doi.org/10.30656/jm.v7i1.897>
- Susanti, I., & Saumi, F. (2022). Penerapan Metode Analisis Regresi Linear Berganda Untuk Mengatasi Masalah Multikolinearitas Pada Kasus Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Di Kabupaten Aceh Tamiang. *Gamma-Pi: Jurnal Matematika Dan Terapan*, 4(2), 38–42.
- Yanti, V. A. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI MEDIA ONLINE PANGAN DI PERKOTAAN (Studi Kasus Konsumen Produk UMKM Kecamatan Sukmajaya , Kota Depok)*. 5(2), 56–68.
- Alvara Research Center. (2022). *Survei Preferensi Generasi Z terhadap Penggunaan Smartphone*.
- Anwar, A., & Mujito, M. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15(2), 100–108.
- Big Box Data. (2023). *Statistik Penggunaan Smartphone di Indonesia 2015–2025*. Jakarta: Big Box Research Indonesia.
- DataReportal. (2024). *Global Digital Overview: Smartphone Usage Statistics*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Nurjanah, N., & Al Amin, M. (2023). Pengaruh E-Service Marketing, E-Service Quality dan Brand Image terhadap Customer Smartphone Samsung. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 4(1), 45–58.

Siregar, T. H., & Saragih, H. (2023). Analisis Brand Image terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 7(2), 78–89.

Alkindi, M. (2022). *Pengaruh Citra Merek Beras CML Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Sinar Rambah, Rohul*. 1–102.

<http://repository.uir.ac.id/id/eprint/16636%0Ahttps://repository.uir.ac.id/16636/1/185210310.pdf>

Bhattacharjee, D., Ramesh, K., Jayaram, E. S., Mathad, M. S., & Puhan, D. (2023). An integrated machine learning and DEMATEL approach for feature preference and purchase intention modelling. *Decision Analytics Journal*, 6(December 2022), 100171. <https://doi.org/10.1016/j.dajour.2023.100171>

Fitri, F. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 2(3), 828–838. <https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.24>

Ghorbanzadeh, D., Saeednia, H., & Rahehagh, A. (2020). Antecedents and consequences of brand passion among young smartphone consumers: evidence of Iran. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1712766>

Hajijah, W. (2023). *Pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan pembelian beras merah organik merek seblang. September*, 1–198.

Jelita, A. N. (2025). *Analisa Penunjang Dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Guffy Cell Semarang. 1(1)*, 1–10.

Keputusan, T., Beras, P., & Dan, M. (2024). 52. 6(1), 52–62.

Kholilah, S. (2020). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium Pada Perum Bulog Cabang Padangsidimpuan*. 1–120.

Kurniawan, I., Wahab, Z., & Nailis, W. (2016). Pengaruh Brand Image dan Kualitas

Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pizza Hut Di Kota Palembang.
Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan, 13(1), 27–40.

Manajemen, S. N., Akuntansi, E., Ekonomi, F., Kediri, U. N. P., Merek, A. C., Produk, K., Terhadap, K., Ekonomi, F., & Kediri, U. N. P. (2024). *Analisis citra merek, kualitas produk, kemasan terhadap keputusan pembelian pada ud padi desa nganjuk*. 80–89.

Produk, P. K., & Dan, H. (2021). *PEMBELIAN BERAS MINANG RAYA PADA TOKO NEW*.

Putri, D. F., Khaswarina, S., & Septya, F. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 7(2), 158.
<https://doi.org/10.33087/mea.v7i2.142>