

DAFTAR PUSTAKA

- Aria & Yudi (2020), *The role of purchase intention in mediating the effect of perceived price and perceived quality on purchase decision. International Research Journal Of Management IT And Socials Science Vol.7, No.3 :38-49.*
- Dharmmesta, Busu Swastha & T. Hani Handoko. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPPFE
- Ghozali, Imam. (2017). *Model Persamaan Struktural Konsep Dan Aplikasi Dengan Program AMOS 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Islammudin & Depa (2021), Pengaruh strategi promosi di social media terhadap keputusan pembelian handphone merek apple yang di mediasi word of mouth marketing (studi kasus pada queeniphone bengkulu). *Jurnal Ilmiah Akuntansi, Manajemen dan Ekonomi Islam Vol. 4, No. 1:268-284.*
- Joseph (2016), *Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli pada smartphome merek samsung (studi pada mahasiswa di universitas brawijaya malang)*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB Vol. 7, No. 2:1-16*
- Juniantara, I. M. A., & Sukawati, T. G. R. (2018). *Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. E-Jurnal Manajemen, 7(11), 5955-5982.*
- Kotler, P., Kertajaya, H., & Setiawan, I., *Marketing 4.0 (bergerak dari tradisional ke digital)*. Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama.2019.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. “Marketing Management”, 15th Edition, Pearson Education, Inc. 2016.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary, 2012, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jilid 1 dan 2, Edisi 8, Jakarta, Erlangga.
- Kotler, Keller. 2014. *Prinsip – Prinsip Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat. Jakarta: Airlangga.
- Lurensia Vinda (2018), Analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap minat beli ulang (studi pada starbucks semarang). *Jurnal Universitas Diponegoro Vol. 5, No. 2:1-13.*

- Marghie, Jackie & Imelda (2018), Pengaruh citra merek, fitur dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (studi pada pt. gemilang emas indonesia cabang manado). *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen & Bisnis Vol. 6, No. 4:3713-3722.*
- Nadia, Anggia & Ragil (2021), *The influence of price, promotion social media and product quality on samsung smartphone purchase decisions in umsu students. Journal Proceeding International Seminar Islamic Studies Vol. 2 No. 1:522-532.*
- Ocsacirus Yudhi dkk (2021), *The role of social media marketing, entertainment, customization, trendiness, interaction and word-of-mouth on purchase intention: an empirical study from indonesian smartphone consumers. International Journal Of Data And Network Science Vol. 5, No. 3 :231-238.*
- Rendy & Shinta (2021), Pengaruh persepsi harga, citra merek, fitur dan desain terhadap minat beli produk smartphone xiaomi di kota pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis 2021, Vol. 8, No. 1 :17-24.*
- Saifulloh & Sugeng (2021), Pengaruh promosi media sosial, word of mouth dan kualitas layanan terhadap minat beli konsumen (studi kasus pada toko raja hp tenggarong). *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia Vol. 21 No. 1:84-101.*
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L., (2014). *Consumer Behavior*, 12 edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Susanto., Joseph (2019), Pengaruh ekuitas merek terhadap keputusan pembelian dimediasi oleh minat beli pada smartphone merek samsung (studi pada mahasiswa di universitas brawijaya malang). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB 2019 Vol. 7, No.2:1-16.*
- Tjiptono, Fandy & Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta:ANDI
- Tjiptono & Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI
- Tjiptono & Fandy 2016. *Service, Quality, & Satisfaction*. Yogyakarta:ANDI