

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran & Manajemen Pemasaran Jasa* (Cv.Alfabeta (ed.)).
- Ardyan, E., Boari, Yoseb, & Akhmad, Akhmad. (2023). *METODE PENELITIAN KUALITATIF DAN KUANTITATIF (Pendekatan Metode Kualitatif dan Kuantitatif di Berbagai Bidang)* (Efitra (ed.)). PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Asmara, M. J. H., Elwisam, & Digdowiseiso, K. (2023). the Influence of Product Quality, Price Perception and Product Innovation on the Decision To Purchase Xiaomi Mobile Phone Products in Yuli Cell, East Lampung District. *Syntax Admiration*, 4(2). <https://doi.org/10.46799/jsa.v4i2.884>
- 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>
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE DENGAN PROGRAM IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga , Promosi , Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO*, 5(c), 540–548. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.2280%0AAbstrak>
- Hair, J., William, B., Barry, B., & Rolph, A. (2015). Multivariate Methods (Analysis). *Wiley Encyclopedia of Management*, 1–1. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom090535>
- Kotler, & Keller. (2015). *A FRAMEWORK FOR MARKETING MANAGEMENT* (6th ed.).
- _. (2016a). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- _. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). PT. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). Prinsip-Prinsip Pemasaran. In *Erlangga* (12th ed.). Erlangga.
- _. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Chernev, A., Sheth, J. N., & G. Shainesh. (2022). *Marketing Management Indian Case Studies Included (16th Edition)*. 1386.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2016b). *Marketing management* (PEARSON (ed.); 15th ed., Vol. 15, Issue 3).

- Maulana, Y. S. dan A. (2020). Inovasi Produk dan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Inovasi Bisnis*, 8, 86–91. <http://ejournal.polbeng.ac.id/index.php/IBP/article/view/1313>
- Orville, Larreche, & Boyd. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Rachman, T. (2021). Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone ASUS di Bekasi. *Jurnal Pelita Ilmu*, 15(01), 48–52. <https://jurnal.pelitabangsa.ac.id/index.php/jpi/article/view/816>
- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). The Influence of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen Dan Perbankan)*, 8(1), 73–86. <https://doi.org/10.21070/jbmp.v8i1.1610>
- Ramdani, D. W., & Kusumahadi, K. (2023). The Effect Of Brand Image And Electronic Word Of Mouth In Social Media Instagram Toward On Purchasing Decision Of Xiaomi Smartphone. *Jurnal Pamator : Jurnal Ilmiah Universitas Trunojoyo*, 16(3), 477–491. <https://doi.org/10.21107/pamator.v16i3.20719>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value*, 4(3), 1651–1667. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1004/766>
- Rizal, & Yani, A. (2022). INFLUENCE OF BRAND IMAGE, LIFESTYLE, AND PRODUCT QUALITY ON IPHONE SMARTPHONE PURCHASE DECISION. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 1–9.
- Rizkiana, C., Suryawardana, E., Pratiwi, P., & Santoso, A. (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>
- Rumengan, G., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). SMARTPHONE OPPO DI MANADO THE EFFECT OF PRICE PERCEPTION , PROMOTION , AND PRODUCT QUALITY ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON OPPO SMARTPHONE PRODUCTS IN MANADO *Jurnal EMBA Vol . 10 No . 2 , April 2022 , Hal . 40-50*. 10(2), 40–50.
- Ryananda, M. H., Bagus, I., Udayana, N., & Diansepti, B. (2022). Volume 14 Issue 2 (2022) Pages 461-469 JURNAL MANAJEMEN ISSN : 2085-6911 (Print) 2528-1518 (Online) Analisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui citra merek sebagai variabel intervening *Analysis of the in*. 14(2), 461–469.

- Silaen, S. (2018). *Metodologi Penelitian Sosial Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*. Media.
- Sudarsana, I. P. A. E., & Yulianthini, N. N. (2021). Dominasi Harga dan Promosi serta Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Humanika*, 11(1), 60–68.
- Sugiyono. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- _. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- _. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone samsung di manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>
- Sutisna. (2015). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. PT. Remaja Rusdakarya, Bandung.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Jasa Prinsip dan Penelitian (II)*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran*. Bagian Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Wirawan, I. P. G. A. A., & Seminari, N. K. (2021). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE XIAOMI. *E-Jurnal Manajemen*, 10(5), 416–435. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2021.v10.i05.p01%0A>ISSN
- Yova Alfareza, A., Purwanto, H., Citaningtyas, D., Kadi, A., & Id, D. C. A. (2023). *SIMBA SEMINAR INOVASI MANAJEMEN BISNIS DAN AKUNTANSI 5 Seminar Inovasi Manajemen Bisnis dan Akuntansi (SIMBA) 5 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Madiun PENGARUH PROMOSI, PERSEPSI HARGA DAN PERSEPSI KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SMARTPHON. September 2023*.
- Zed, E. Z., Kartini, E. M., & Tri. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Prodi Manajemen Universitas Pelita Bangsa, Cikarang). *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47.
- . (2021). *Pedoman Penyusunan Skripsi, Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus*. 1–53.

[Topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=18&id_kategori=1&id_subkategor=1878&tahun_awal=2020&tahun_skhir=2024](https://topbrandaward.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=18&id_kategori=1&id_subkategor=1878&tahun_awal=2020&tahun_skhir=2024)

<https://databoks.katadata.co.id/teknologitelekomunikasi/statistik/89e6e734446f4e8/geser-oppo-samsung-jadi-smartphone-terlaris-di-indonesia-pada-2023>

