

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, A., Hawik Indiworo, R., & Violinda, Q. (2022a). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upgris). *Media Eletronik*, 1(3), 244–249.
- Anggraini, A., Hawik Indiworo, R., & Violinda, Q. (2022b). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upgris). *Media Eletronik*, 1(3), 244–249. www.saibumi.com
- Annur, C. M. (2023a). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. KataData. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Annur, C. M. (2023b). *Pengguna Internet di Indonesia Tembus 213 Juta Orang hingga Awal 2023*. KataData. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/09/20/pengguna-internet-di-indonesia-tembus-213-juta-orang-hingga-awal-2023>
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Astuti, M. D., Astuti, M., & Sholihah, D. R. (2021). Pengaruh 4P Green Marketing Mix Terhadap Kepuasan Pelanggan Bloomka Skincare. *Prosiding SENAPENMAS*, 1311–1338. <https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15204>
- Awaludin, M. F., Dwi, B., & Rosali. (2020). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Efektivitas Iklan Online Di Bukalapak Menggunakan Model Aida. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(2016), 1211–1225.
- Award, T. B. (2024). *Komparasi Brand Index*. https://www.topbrand-award.com/komparasi_brand/bandingkan?id_award=1&id_kategori=10&id_subkategor=166
- Ela, & Rana, J. A. S. (2024). Digital Buzz: Analyzing the Impact of E-WOM, Brand Image, and Brand Loyalty on Purchase Intentions in the Indonesian Oppo and Vivo Smartphone Competition on Shopee. *Journal of System and Management Sciences*, 14(2), 396–413. <https://doi.org/10.33168/JSMS.2024.0225>
- Faisal, D. M., Yusnita, R. T., & Karmila, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei Pada Konsumen Gera Alle'Chantre Tasikmalaya). *Journal Of Management, Economic, and Accounting*, 2(1), 45–54.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (Edisi 4). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2021a). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3 ed.). (3rd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2021b). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, I. (2021c). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.2.9 Untuk Penelitian Empiris* (3rd ed.). Universitas Diponegoro Semarang.

- Ghozali, I., & Hengky, L. (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Goodstats.id. (2023). *10 Negara Dengan Pengguna Smartphone Terbanyak Di Dunia, Indonesia Masuk Daftar!* GoodStats. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-pengguna-smartphone-terbanyak-di-dunia-indonesia-masuk-daftar-fDv25#:~:text=Pada tahun 2023%2C jumlah pengguna,Android sebesar 70%2C93%25>.
- Hawari, R., Handayani, T., & Ariani, N. (2020). Analisis Minat Beli Konsumen Produk Sepatu Olahraga Nike. *PROSIDING BIEMA Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*, 1286–1297.
- Heri Mahyuzar, & Tundo, T. (2022). Pengaruh E-Wom Dalam Memediasi Hubungan Antara Digital Marketing Activities Dan Intention To Buy Di Tokopedia. *Journal of Digital Business and Management, 1*(2), 104–113. <https://doi.org/10.32639/jdbm.v1i2.182>
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019a). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *Smart Customer, 2*(1), 16–29.
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019b). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *Smart Customer, 2*(1), 16–29.
- Idris, M., Suharyati, & Heni. (2020a). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*(1), 14. <file:///D:/SEMESTER 8/JURNAL/jurnal fix smartphone/Jurnal oppo jaksel 2020.pdf>
- Idris, M., Suharyati, & Heni. (2020b). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan). *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar, 1*(1), 14.
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan, 1*(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Indrasari, Dr. M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Iqbal, A., Khan, N. A., Malik, A., & Faridi, M. R. (2022a). E-WOM effect through social media and shopping websites on purchase intention of smartphones in India. *Innovative Marketing, 18*(2), 13–25. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.02](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.02)
- Iqbal, A., Khan, N. A., Malik, A., & Faridi, M. R. (2022b). E-WOM effect through social media and shopping websites on purchase intention of smartphones in India. *Innovative Marketing, 18*(2), 13–25. [https://doi.org/10.21511/im.18\(2\).2022.02](https://doi.org/10.21511/im.18(2).2022.02)
- Irawan, S. A., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen, 11*(7), 1–15.
- Kemendagri. (2023, December 31). *Visualisasi Data Kependudukan*. <https://gis.dukcapil.kemendagri.go.id/peta/>
- Khaerunnisa, G., Mulyana, R., & Abdurrahman, L. (2023). Pengujian Pengaruh Tata Kelola Ti Terhadap Transformasi Digital Dan Kinerja Asuransi a Menggunakan

- Structural Equation Modeling. *JUPI (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 8(2), 381–392. <https://doi.org/10.29100/jipi.v8i2.3469>
- Kotler, Keller, K. L., Brady, M., Victor Goodman, M. R., & Hansen, T. (2019). Marketing management 4th European edition. In *Soldering & Surface Mount Technology* (Vol. 13, Issue 3). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing, Seventeenth Edition. In *Pearson*.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0 Technology For Humanity*. John Wiley & Sons.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Global Edition* (Vol. 15E). <https://doi.org/10.1080/08911760903022556>
- Krisnawan, I. G. N. D., & Jatra, I. M. (2021a). The Effect of Brand Image, Brand Awareness and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Volume 6(Issue 5), 117–122.
- Krisnawan, I. G. N. D., & Jatra, I. M. (2021b). The Effect of Brand Image, Brand Awareness and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, Volume 6(Issue 5), 117–122. www.ajhssr.com
- Mardiatmi, B. D., Wadu, R. B., Nopiyanti, A., & Supriadi, Y. N. (2023). Collaboration with Pentahelix to Improving MSME Management Performance During the Covid-19 Pandemic. *Quality - Access to Success*, 24(194), 135–142. <https://doi.org/10.47750/QAS/24.194.16>
- Mardiatmi, B. Dwi., Supriadi, Y., Wikantari, M. A., Ariani, N., Pinem, D. Br., & Pusporini, P. (2024). Analyzing the Role of the Quadruple Helix in Improving MSME Management Performance. *Scientific Papers of the University of Pardubice, Series D: Faculty of Economics and Administration*, 32(1). <https://doi.org/10.46585/sp32011794>
- Mariana, J. R., & Subarjo. (2023a). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphoned Apple Store Yogyakarta. *JPT: Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 24160.
- Mariana, J. R., & Subarjo. (2023b). Pengaruh Kualitas Produk, Electronic Word Of Mouth (E-Wom), dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Produk Iphoned Apple Store Yogyakarta. *JPT: Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7, 24160. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/10437>
- M. Ibnu, Endah, Ariningsih., & Fitri, Rahmawati. (2021a). pengaruh daya tarik iklan, harga dan electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli smartphone oppo (studi masyarakat di Kabupaten Purworejo). *Jurnal Manajemen Keuangan, Pemasaran, SDM, Dan Operasi*, 3(6), 1–23.
- M. Ibnu, Endah, Ariningsih., & Fitri, Rahmawati. (2021b). pengaruh daya tarik iklan, harga dan electronic word of mouth (ewom) terhadap minat beli smartphone oppo (studi masyarakat di Kabupaten Purworejo). *Jurnal Manajemen Keuangan, Pemasaran, SDM, Dan Operasi*, 3(6), 1–23.
- Mobitekno, R. (2023). *The Reviewers' Award 2023: Brand of The Year – vivo*. Mobitekno. <https://mobitekno.com/read/2023/26/12/the-reviewers-award-2023-brand-of-the-year-vivo/>

- Mualida, L., & Pratomo, Y. (2022, May 4). *Sejarah Vivo, Vendor Smartphone yang Sempat Dikira Merek Powerbank Halaman all - Kompas.com*. <https://tekno.kompas.com/read/2022/05/04/08010037/sejarah-vivo-vendor-smartphone-yang-sempat-dikira-merek-powerbank?page=all>
- Priadana, Prof. Dr. H. M. S. M. S., & Sunarsi, D. (2021a). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Pascal Books.
- Priadana, Prof. Dr. H. M. S. M. S., & Sunarsi, D. (2021b). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Pascal Books. <https://revistas.ufrj.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educa>
- Putra, T. R. I., Ridwan, & Calvin, M. (2020). How Electronic Word of Mouth (E-Wom) Affects Purchase Intention with Brand Image As A Mediation Variable: Case of Xiaomi Smartphone in Student. *Journal of Physics: Conference Series*, 1500(1), 1–7. <https://doi.org/10.1088/1742-6596/1500/1/012094>
- Putri, D. A. C., Astuti, M., & Ali, S. (2020a). Keputusan Pembelian E-commerce Shopee. *Prosiding Biema*, 1(1), 1272–1285.
- Putri, D. A. C., Astuti, M., & Ali, S. (2020b). Keputusan Pembelian E-commerce Shopee. *Prosiding Biema*, 1(1), 1272–1285.
- Razak, Dr. H. M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Rendy, Zamhari, & Lestari, D. S. (2021a). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 8(2354–5682), 17–24.
- Rendy, Zamhari, & Lestari, D. S. (2021b). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis*, 8(2354–5682), 17–24. www.stie-ibek.ac.id
- Sari, K. D. K., & Sharif, O. O. (2021a). Pengaruh E-Wom Di Media Sosial Youtube Terhadap Purchase Intention (Minat Beli) Pada Brand Smartphone Samsung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(9), 737. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i09.p02>
- Sari, K. D. K., & Sharif, O. O. (2021b). Pengaruh E-Wom Di Media Sosial Youtube Terhadap Purchase Intention (Minat Beli) Pada Brand Smartphone Samsung. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 10(9), 737. <https://doi.org/10.24843/eeb.2021.v10.i09.p02>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. (2015). *Consumer Behaviour Eighth Edition: International Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behavior, TWELFTH EDITION* (Issue 6). Pearson Education, Inc.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021a). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 02, 201–212.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021b). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 02, 201–212.

- Statistik, B. P. D. J. (2023). *Jumlah Penduduk Provinsi DKI Jakarta Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2020-2022*. Jakarta.Bps.Go.Id. <https://jakarta.bps.go.id/indicator/12/111/1/jumlah-penduduk-provinsi-dki-jakarta-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin.html>
- Sugianto, A., & Rahman, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Shinyoku Di CV. Sinar Abadi Pekanbaru. *Procuration: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(2), 174–184.
- Sugiyono. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sumpu, N., & Tumbel, A. L. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2528–2537.
- Susanti, A. H. (2022a). The Effect of Product Quality on People’s Buying Interest in Xiaomi Smartphones. *Economic and Business Management International ...*, 4(2), 130–134. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v4i02>
- Susanti, A. H. (2022b). The Effect of Product Quality on People’s Buying Interest in Xiaomi Smartphones. *Economic and Business Management International ...*, 4(2), 130–134. <https://doi.org/10.556442/eabmij.v4i02>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andriyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *Jurnal Jukim*, 1(4), 140–154.
- Vivo. (2019, April 15). *Selalu Berikan Inovasi, vivo Berharap Hadir Sebagai Smartphone Terbaik | vivo Indonesia*. <https://www.vivo.com/id/about-vivo/news/Vivo-Smarphone-Terbaik>
- Walia, H. S., & Singh, P. (2023). *Global Smartphone Shipments Market Data (Q4 2021 – Q3 2023)*. Counterpoint. <https://www.counterpointresearch.com/insights/global-smartphone-share/#>
- Widyana, S. F., & Naufal, A. D. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 8(2), 53–61.
- Wulandari, E., Aryani, L., & Rosali. (2020). Keputusan pembelian pada E-commerce Bukalapak. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 2(1), 1059–1076.
- Zaharia Seinfeld, D., & Talledo Flores, H. (2022a). Perceived Quality, Brand Image and Brand Loyalty in the Purchase Intent of Smartphones in College Students. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 259 SIST(2017), 446–457. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_44
- Zaharia Seinfeld, D., & Talledo Flores, H. (2022b). Perceived Quality, Brand Image and Brand Loyalty in the Purchase Intent of Smartphones in College Students. *Smart Innovation, Systems and Technologies*, 259 SIST(2017), 446–457. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5792-4_44