

DAFTAR PUSTAKA

- Amila dan Asmara. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. *Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma)*, 1(3), 1–14. <https://doi.org/10.32493/frkm.v1i3.2545>
- Assuari, S. (2017). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep Dan Strategi* (Edisi 1). Rajawali Pers.
- Deisy, D. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai À Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2288–2297.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 3). Seri Pustaka Kunci.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS)*. Semarang: Undip.
- Hasan, A. (2003). *Marketing dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS. <https://doi.org/10.1007/978-1-4471-4315-4>.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, Edisi Ketiga Belas*, Jakarta: Erlangga. <https://doi.org/10.1177/0022022111434597>.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management Global Edition 15*. United States: Pearson Education, Inc.
- Linda., Fikry, M., & Andriana, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Merek Xiami Di Surya Phone Samarinda. (Survei Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman). *eJournal Administrasi Bisnis*.
- Mulyana. (2016). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Studi Kasus Witel Bandung. (Survei Pada Mahasiswa Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Telkom). *eProceeding of Management*.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Kencana.

- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Yogyakarta. (Survei Pada Akademi Manajemen Administrasi Ypk Yogyakarta).
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Ratnasari, R.T., & Aksa, M. (2016). *Teori Dan Kasus Manajemen Pemasaran Jasa cetakan kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen-Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian* (Edisi Kesatu). Yogyakarta: Andi.
- Siregar, I. S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS Edisi Pertama*. Jakarta: Kencana.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suryati, L. (2012). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish
- Tjiptono, Fandy, & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik: Menghapus Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga E-Marketing* (Edisi Ketiga). Yogyakarta: Andi.
- Tulanggow, S., Tumbel, T., & Walangitam, O. (2019). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pada Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado. (Survei Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Administrasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Wicaksana, B., & Zuliestina, D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Indonesia. (Survei Pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi Dan Informatika Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom). *Jurnal Ekonomi Paradigma*.
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks