

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Firmansyah, Anang. (2018). *Perilaku Konsumen* (Sikap dan Pemasaran). Yogyakarta: Deepublish.
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 21. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Hardani, dkk. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Kenneth E. dan Donald (2018). *Integrated Advertising, Promotion, and Marketing Communication*. Edisi ke 7. United States: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2016). *Marketing Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta:PT.Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, (2018). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education,Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing* Edisi 17 Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. (D. Luiz, Ed.) (17ed). United Kingdom: Pearson Education Limited. Retrieved from www.pearsonglobaleditions.com.
- Lamb, Charles & Joseph F. Hair. (2018). *Pemasaran (Marketing)*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Limakrisna, N, & Purba, T.P. (2017). *Manajemen pemasaran : Teori dan Aplikasi dalam bisnis Ed isi 2*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Malau, Harman. (2017). *Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung : Alfabeta.
- Manap, Abdul (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Mitra Wacana Media, Jakarta.
- Musfar, T. F., & SE, M. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran: Bauran Pemasaran sebagai Materi Pokok dalam Manajemen Pemasaran*. Media Sains Indonesia.
- Priansa, Donni Junni (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*,

Bandung: Alfabeta.

Stanton, William J. (2017). Prinsip pemasaran, alih bahasa: Yohanes Lamarto
Penerbit Erlangga, Jakarta.

Sugiyono, (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
Bandung:Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Published
Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif, dan R&D*. Bandung:
Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Published
Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2020). Pemasaran. Yogyakarta, CV Andi
Offset.

Jurnal :

Ahmadi, A. S., Budiarto, W., & Indrawati, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk
Dan Kepercayaan Pelanggan Pada PT PAL Indonesia (Persero) Surabaya
Melalui Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 1, 112-124.

Al Qoyumi, M. A. (2019). Peran Citra Merek dan Inovasi Produk Dalam
Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Merek Asus (Studi Pada
Pembeli Di Plaza Marina Dan WTC Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 7,
1056-1064.

Ardiantika, D. B., & Rachmi, A. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand
Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Olivia Cake And Bakery
Mojokerto. *Aplikasi Bisnis*, 86-91.

Arifai, A. A., & Trihandayani, Z. (2018). Harga, Kualitas Produk dan Merek
Terhadap Keputusan Pembelian Tas KW Cartier di Kalangan Mahasiswi
Sebagai Penunjang Penampilan Kuliah. *Jurnal Iimiah Ekonomi Global
Masa Kini*, 8 (3), 16-22.

Arief, M., & Rosiawan, R. (2018). Kinerja Pemasaran Berdasarkan Orientasi Pasar
Melalui Inovasi Produk: Pengujian Empiris Pada UMKM di Kabupaten
Bangkalan. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, 14 (3), 129-14.

Baisyir Fauzi, M. Q. (2021). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Kepuasan,
journalofmanagementReview,1,<https://jurnal.unigal.ac.id/index.php/mana>

gementreview/article/view/5137.

- Halimah. (2017). Pengaruh Brand Image Rokok Dunhill Terhadap Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Pontianak. *Jurnal*, 4-5.
- Hidayatullah, M. F., Wadud, M., & Roswaty. (2020). Pengaruh Promosi dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza (Studi Kasus di Auto 2000 Veteran Palembang). *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 1, 19-31.
- Imantoro Fatih, S. S. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (survei terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, (4) 180-181.
- Khuong, M. N., & Tran, N. T. H. (2018). The Impacts Of Product Packaging Elements on Brand Image and Purchase Intention-An Empirical Study Of Phuc Long's Packaged Tea Products. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 9(1), 8–13.
- Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S., & Ogi, I. W. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada PT. Gemilang Indonesia Cabang Manado). *Jurnal EMBA*, 6, 3713-3722.
- Mandey, S. L. (2018). Pengaruh Inovasi Produk, Tempat Dan Promosi Terhadap Kinerja Pemasaran Motor Suzuki (Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri Cab.Malalayang). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6 (4). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21334>.
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1 (2), 71-83.
- Mohammad Habib Sagala & Hendrati Mulyaningsih SE., MM. (2017). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap Brand Image Oppo Smartphone di Kota Bandung. *E-Proceeding of Management*. 4 (1) : 702-709.
- Nugraha, E. E. (2019). Pengaruh Elemen Pemasaran (7p) terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Fotografi Sweet Seventeen Birthday di Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Nugroho, M. A. (2018). Analisis Cluster Container Pada Kubernetes Dengan Infrastruktur Google Cloud Platform. *Jipi (Jurnal Ilmiah Penelitian Dan Pembelajaran Informatika)*, 3(2).
- Nurlaila, N., Nainggolan, W. N., & Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image dan

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Pada Witel Medan. *Akuntansi, Keuangan, dan Perpajakan*, 4, 33-43.

Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Product Innovation, Price Perception, Customer Experience and Positioning Strategy in Increasing Purchasing Decision at PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *Jurnal Inovasi Bisnis dan Akuntansi*, 2, 64-75.

Pattipeilohy, Victor R. (2018). Inovasi Produk dan Keunggulan Bersaing: Pengaruhnya Terhadap Kinerja Pemasaran (Studi Pada Usaha nasi Kuning di Kelurahan Batu Meja Kota Ambon). *Jurnal Maneksi*, 1 (7), 65-73.

Rasyid, Harum Al dan Indah. (2018). "Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan". ISSN: 1411-8637 e-ISSN: 2550-1178.

Sahrir, Ahmad dkk. (2019). Pengaruh bauran pemasaran dan word of mouth (wom) terhadap minat beli ulang. *Jumbo Jurnal Manajemen Bisnis Organisasi*, 3 (2) 126-127.

Setyanto, L. E., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Iphone pada Mahasiswa /Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang). *Administrasi Bisnis*, 46, 19-27.

Silape, B. R., Mananeke, L., & Tumbuan, W. J. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Strategi Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *EMBA*, 7, 961-970.

Soleha, M., & S, N. E. (2019). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Mobilio (Survei Pada Pengguna Honda Mobilio di Karawang). *Jurnal Manajemen*, 5, 34-41.

Sterie, W. G., Massie, J. D., & Soepono, D. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Telesindo Shop Sebagai Distributor Utama Telkomsel Di Manado). *Jurnal EMBA*, 7, 3139-3148.

Zahroh, A., & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kopi Janji Jiwa Di Royal Plaza Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8, 868-874.

Skripsi :

Daulay, Nurjannah. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan).

Kadafi, B. M. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pompa Merek Grundfos Pada PT. Raja Indo Di Makassar.

Robbins, Stephen P. And Mary Coulter. (2017). Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa: Bob Sabran Dan Devri Bardani P, Erlangga, Jakarta.

Senly, Alvian. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Colt Diesel Pada PT Bosowa Berlian Motor Cabang Bone.

Website :

www.goodnewsfromindonesia.id (diakses pada Oktober 2020).

<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2020/10/06/pengguna-smartphone-di-indonesia-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (diakses pada November 2020).

<https://kumparan.com/kumparantech/jumlah-pengguna-internet-indonesia-tahun-2020-capai-196-7-juta-naik-karena-wfh-1uYnJ729dTL/full>.

<http://www.internationaldatacorporation.co.id>

<https://www.topbrand-award.com> (diakses pada 2021).

www.samsung.com (diakses pada Agustus 2021).

<https://www.tribunnews.com/techno/2021/08/07/daftar-harga-hp-samsung-terbaru-bulan-agustus-2021-mulai-galaxy-a01-core-hingga-galaxy-z-fold2>.