

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Hesti, M. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GULA TEBU (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3)
- Amirullah, SE. (2015). *Populasi dan Sampel*. 1 ed. Malang: Bayumedia Publishing Malang
- Ariyanto, A., Nuryani, A., & Sunarsi, D. (2020). PENGARUH STORE ATMOSPHERE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA ALFAMART BSD TANGERANG SELATAN. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 3(1). <https://doi.org/10.32493/jee.v3i1.7272>
- Bayu, D. J. (2020, November 11). Masyarakat Indonesia Cenderung Gunakan Ponsel Samsung. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/masyarakat-indonesia-cenderung-gunakan-ponsel-samsung>
- Bowo, Koko Arie., Abdul Hoyyi, Moch. Abdul Mukid. Tahun 2013. “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Notebook Merek Acer”. *Journal Gaussian*. Vol 2, No 1, p.29-38
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods (12th ed.)*. McGraw-Hill Companies, Inc.
- Daryanto, L.H., & Hasiholan, L. B. (2019). The Influence Of Marketing Mix On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5.
- Fajar Tri Hermawan. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Motor Honda Di Komplek Graha Indah Bekasi. *STIE Indonesia*, 53(9), 1689–1699.

- Febrianto, F. X. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fesyen Melalui Media Sosial Di Yogyakarta. Skripsi, 1–177. Retrieved from https://repository.usd.ac.id/8332/1/121414071_full.pdf
- Ghozali, I. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi IV*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guswandi. (2017). *Metodologi Penelitian Untuk Sains & Bisnis*. Jakarta: Penebar Media Pustaka.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis: A Global Perspective (7th ed.)*. Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) (2nd ed.)*. SAGE Publications, Inc.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hanadian Nurhayati-Wolff, A., & 16, A. (2021, August 16). Indonesia: Mobile internet users 2026. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/558642/number-of-mobile-internet-user-in-indonesia/>
- Hanadian Nurhayati-Wolff, H. N., & 24, A. N. (2021, August 24). Indonesia: Mobile operating system market share 2019. Diakses dari <https://www.statista.com/statistics/262205/market-share-held-by-mobile-operating-systems-in-indonesia/>
- Irana, D., & Lubis, D. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1).
- Irwan & Adam, K. (2015). Metode Partial Least Square (PLS) dan Terapannya (Studi Kasus: Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Layanan PDAM Unit Camming Kab. Bone). *Jurnal Teknosains*, Volume 9 Nomor 1, Januari 2015, hlm. 53 – 68

- Ishtiaq. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage
- Jemadu, L. (2020, January 01). *Terpuruk di 2019, Ini Daftar Kesalahan Samsung di Indonesia*. Diakses dari <https://www.suara.com/teknologi/2020/01/01/081500/terpuruk-di-2019-ini-daftar-kesalahan-samsung-di-indonesia?page=all>
- Khakim, M. L. (2015). Pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Iphone di Kota Semarang. *Program Studi Manajemen Universitas Dian Nuswantoro Semarang*.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy : An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page Publishers.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip pemasaran* (Vol. 12, No. 01). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle of Marketing*. 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Marketing management*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*, 14th edition. New Jersey: Pearson Education.
- Lee, S. Y. (2016, September 12). Samsung: Shares Fall Amid Galaxy Note 7 Woes. Diakses dari <https://time.com/4487124/samsung-shares-fall-galaxy-note-7-recall/>
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2010). *Marketing Research: An Applied Orientation*. New York: Pearson. 2.
- Mobile Vendor Market Share Indonesia. (2021, January 1). Diakses dari <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia/#monthly-201601-202012>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan

- Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan, 1(1), 194–199. Retrieved from <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3594/3325>
- Neuman, L. W. (2011). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches*, 7th Edition. In United States of America. Pearson Education Limited.
- Nistanto, R. K. (2021, September 28). Samsung Galaxy M52 5G Meluncur dengan Baterai 5.000 mAh. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/09/28/18320097/samsung-galaxy-m52-5g-meluncur-dengan-baterai-5.000-mah>
- Njoto, D. P., & Sienatra, K. B. (2018). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Wenak Tok. Pengaruh Harga Diskon Dan Persepsi Produk Terhadap Nilai Belanja Serta Perilaku Pembelian Konsumen, 7(9)
- Novianty, D. (2019, February 01). Tiga Vendor Smartphone Ini Kejar Posisi Samsung dan Apple Selama 2018. Retrieved from <https://www.suara.com/tekno/2019/02/01/115500/tiga-vendor-smartphone-ini-kejar-posisi-samsung-dan-apple-selama-2018>
- Novianty, D. (2019, February 01). Tiga Vendor Smartphone Ini Kejar Posisi Samsung dan Apple Selama 2018. Retrieved from <https://www.suara.com/tekno/2019/02/01/115500/tiga-vendor-smartphone-ini-kejar-posisi-samsung-dan-apple-selama-2018>
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017* ISSN : 2252-5483, IV(2), 60–69.
- Oktavenia, K. A. R., & Ardani, I. G. A. K. S. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE NOKIA DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI PEMEDIASI. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2004). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy (6th ed)*. New York McGraw-Hill/Irwin.

- Purwanto, A. B., & Risaputro H. B. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian. *Manajemen STIE Pelita Nusantara Semarang*
- R. F. (2020, May 18). IDC Indonesia: Smartphone Market Posts a New Record Low in Shipments Impacted by COVID-19. Diakses dari <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP46346820>
- Rahman, M.T (2012). *Pengantar Metode Penelitian*. LaksBang Pressindo, Yogyakarta
- Ramdhani, G. (2021, July 22). Top 5 Merek Smartphone Terlaris di Dunia, Siapa Nomor 1? Diakses dari <https://www.liputan6.com/teknoread/4613111/top-5-merek-smartphone-terlaris-di-dunia-siapa-nomor-1>
- Saikul, K., & Yisuntes, W. (2016). Buying Decision of Consumers in Bangkok Area for Lace Fabric. *Indian Journal of Commerce and Management Studies*, 7(2), 41.
- Sari, V. A. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration* 2017.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill building approach*. John Wiley & Sons
- Sofian Assauri. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Rajawali Pers, Jakarta
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani. 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tamimi, P. S., Nugraha, H. S., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Dell di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Laptop Merek Dell di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(2), 361-370.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi.

- Tjiptono, Fandy. (2005). *Prinsip-Prinsip Total Quality Service*, Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*|Vol. 51, 44-48.
- Wahyudi, R. (2021, October 13). Daftar HP Oppo, Samsung, Xiaomi, dan Vivo RAM 6 GB Harga 2 Jutaan. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2021/10/13/14330007/daftar-hp-oppo-samsung-xiaomi-dan-vivo-ram-6-gb-harga-2-jutaan>
- Warta Ekonomi, B. A. (2021, September 21). Kerja Sama vivo dan ZEISS Terus Dorong Inovasi Fotografi Smartphone Profesional. Diakses dari <https://www.wartaekonomi.co.id/read362224/kerja-sama-vivo-dan-zeiss-terus-dorong-inovasi-fotografi-smartphone-profesional>
- Yudelson, J. (1999). Adapting mccarthy's four P's for the twenty-First Century. *Journal of Marketing Education*, 21(1), 60–67. <https://doi.org/10.1177/0273475399211008>