

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, P. M. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Aswaja Pressindo*.
<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *Akuntabel*, 18(4), 624–634.
<https://doi.org/10.30872/jakt.v18i4.9888>
- Alana, A., & Hidayat, W. (2012). Pengaruh Citra Merek, Desain, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro) Aditya Yessika Alana, Wahyu Hidayat, Handoyo Djoko W. *Pengaruh Citra Merek, Desain, Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro)*, 1–9.
- Alfiah, A., Suhendar, A., & Yusuf, M. (2023). *SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Kualitas Produk , Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*. 6(1), 492–503. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3926>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187–5191. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i12.15>
- Andyan Pradipta Utama, A. N. A. (2022). *The effect of brand awareness, brand image and trust on consumer buying interest*. 43(1), 4–5.
- Anita, S. H. dan D. (2014). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 21, 1–20.

- Armstrong, K. dan. (2015). *Analisis Pengaruh Electronic Word Of Mouth Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Intervening (Studi Pada Konsumen MS Glow di Kota Semarang)*. 7–21.
- Azany. (2018). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Boyd, walker, L. (2016). Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Manajemen Pemasaran Jasa*.
<https://books.google.co.id/books?id=vgywDwAAQBAJ&lpg=PT5&ots=9eYw81TG7V&dq=info%3AJo8zJz4ii2UJ%3Ascholar.google.com%2F&lr&hl=id&pg=PT1#v=onepage&q&f=false>
- Buchari, A. (2023). Direct Marketing Dan Price Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mitsubishi L 300 Pada Pt. Suka Fajar Ltd Cabang Bangkinang Kota. *Jurnal Daya Saing*, 9(3), 746–754.
<https://doi.org/10.35446/dayasaing.v9i3.1463>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jbma*, V(1), 61–75.
- Creswell. (2016). *Pendekatan Metode Kuantitatif , Kualitatif dan Campuran*. Creswell, John R. 2016. Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif Dan Campuran. IV. Pustaka Pelaja, Yogyakarta.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, I(1), 15–30.
<https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>

- Desti D et al. (2022). Pengaruh gaya hidup konsumtif, fitur dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian smartphone iphone. *11*(3). <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1456>
- Duha, R., & Siagian, M. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Fitur Produk, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Luar Garis Coffee. *ECo-Buss*, 6(1), 166–178. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i1.673>
- Dwi Handayani, E., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(2), 152–161. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Dwi. (2019). pengaruh citra merek, kualitas produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian pada “produk Batik Mukti Rahayu.” 9–33
- Effendy, A. A. (2019). Analisis Bauran Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume. *Jurnal Ilmiah*, 1(1), 79–95. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/JFB/article/view/2268>
- Evita, N., Kunci, K., Merek, C., & Pembelian, D. K. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Bakso Boedjangan Cabang Burangrang Bandung Tahun 2017) the Influence of Brand Image Toward Purchasing Decision (Study Case At Bakso Boedjangan Burangrang Bandung in 2017). *Proceeding of Applied Science*, 3(2), 430. www.jurukunci.net
- Faizy, A. F., Fadhilah, M., & Ningrum, N. K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Handphone Vivo di Yogyakarta. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 1–16.

- Fatmawati, J., & Wati, L. (2024). Product Quality , Product Design , and Brand Image Influence on the Decision To Purchase a Realme Smartphone in Padang City. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 21(1), 56–63.
- Fitriani, D. N., Fatimah, F., & Izzudin, A. (2023). Pengaruh Fitur, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo (Studi Kasus di Mentari Cell Jember). *Growth*, 20(2), 443. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v21i1.2685>
- Ghozali. (2018). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soedirman*, 2(2), 102–110. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ghozali. (2018). Pengaruh Cita Rasa Dan Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bandar Lampung. *REVENUE: Jurnal Manajemen Bisnis Islam*, 3(1), 25–42. <https://doi.org/10.24042/revenue.v3i1.10448>
- Herlambang, H., Mulyana, M., & Riwoe, F. L. R. (2022). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 169–178. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1456>
- Hermawan, K. (2014). *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hernikasari, I., Hapzi Ali, & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>

- Hutami Permita S & Penny Rahmawaty, M. S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Fitur Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Hno*, 65(9), 222–237. <https://doi.org/10.1007/s00106-016-0261-4>
- Indonesia, C. (2020). *Penjualan Hp Vivo Di Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20220325131237-37-326014/samsung-xiaomi-vivo->
- Karen Lim Lay et al. (2013). *International Journal of Asian Social Science Factors Affecting Smartphone Purchase Decision Among Malaysian Generation Y* Karen Lim Lay-Yee Han Kok-Siew Benjamin Chan Yin-Fah. 3(12), 2426–2440.
- Keller, K. dan. (2016). Bab ii pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, 2004, 6–25. <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Kismono, G. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1>
- Kotler dan Keller. (2015). analisis strategi bauran pemasaran dalam menciptakan keputusan pembelian tanaman hias pada usaha tani makmur di desa purworejo. 6.
- Kotler. (2013). Pengaruh Braand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone <https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Kotler. (2014). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Crema Koffie. *Ecomant*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>

- Krisdayanto. (2020). pengaruh fitur, brand image, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian smartphone xiaomi di cilincing. *Bab Ii Kajian Pustaka* 2.1, 12(2004), 6–25.
- Lidya, V., Pasaribu, D., & Kotler, S. (2022). *Keputusan Pembelian Sepeda Motor Tvs The Influence of Brand Image and Product Quality on TVS Motorcycle Purchase Decision*. 37–49. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda. *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342. <https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Mukarromah, D. S., & Rofiah, C. (2019). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Bata. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 2(1), 27–36. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i1.346>
- Mukhlis, M., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Yang Dimediasi Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *ECOTECHNOPRENEUR: Journal Economics, Technology And Entrepreneur*, 1(01), 82–99. <https://doi.org/10.62668/ecotechnopreneur.v1i01.51>
- Mustikasari, Wening, & Budiadi, S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 2(2).
- Nainggolan, B. (2022). *The Influence Of Product Quality, Brand Image and Product Design On The Decision To Purchase An Iphone (Case Study of Fdstore Customers in Tebing Tinggi City)*. 65–77.
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada

- Smartphone Samsung Galaxy a10S. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 223–249.
<https://jurnalekonomi.unsla.ac.id>
- Rachnady, L. (2020). *The Influence Of Brand Image, Product Feature, and Price Perception On Purchase Decision On Oppo Smartphone*. 2507(February), 1–9.
- Rangkuti. (2011). Teknik Pengumpulan Data. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Ridwan&Desi. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Collection Furniture di Pondok Bambu*. 3(2), 245–263.
- Rosad, S. &. (2021). Analisis Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Pelanggan Pada Lembaga Rafi Bimbel Tangerang. *JMB : Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 221–230.
<https://doi.org/10.31000/jmb.v10i1.4233>
- Roymon, P. (2018). Manajemen Pemasaran. *Management Pemasaran*, 180.
<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Safitri, M., Marzoan, L., & Hadi, R. (2023). Pengaruh Gadget Terhadap Sikap Sosial Siswa Di Sdn 1 Dangi Tang Tahun Ajaran 2022/2023. ... *Guru Sekolah Dasar ...*, 1(4), 105–115. <https://jurnalrinjanipendidikan.com/index.php/JR-PGSD/article/view/76>
- Sihotang, C. S., & Supriyono, S. (2024). The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchasing Decisions. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 4(2), 13–29. <https://doi.org/10.55927/ijba.v4i2.8760>
- Siregar, R. G. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian : Harga, Promosi, Kepercayaan, Citra Merek dan Kualitas Produk Pada Toko

- (JIRM), 9(7), 1–18.
<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3100>
- Sunyoto. (2015). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.
- Susanti, F., & Saputra, D. (2022). Pengaruh Country of Origin, Brand Image Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Nike Pada Siswa/I Smkn 1 Painan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 1318–1331.
<https://doi.org/10.46306/vls.v2i2.161>
- Sutojo. (2017). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Promosi dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Accounting and Management Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.33086/amj.v3i1.1188>
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2), 113–123. <https://doi.org/10.46806/jm.v9i2.663>
- Tanzila, Sohali, & T. 2015. (n.d.). *Buying Behavior of Smartphone among University Students in Pakistan. The International Journal Of Business & Management*, 3(34–40).
- Thompson, & Peteraf : (2016). pengaruh digital marketing, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada warung serayu. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14.
<http://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0>
- Tjiptono. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo Pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan, VOLUME*. 2(1), 50.

- Tjiptono. (2017). Strategi Pemasaran Islami Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Butik Calista. *I-Economic*, 3(1), 80.
- Wibowo, M.Si, I., & Samad, A. (2016). Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3).
<https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i3.60>
- Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). *Hipotesis Penelitian Kuantitatif. Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*. 3(2), 96–102.
- Yamit, Z. (2018). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen*