

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor di Kota Bogor. *Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 6(3).
- Ammalia, N. R., & Supriyono, S. (2022). Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(2), 1018–1028. <https://doi.org/10.31539/jomb.v4i2.4766>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. (2020). *Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang)*. 6(3).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021a). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Magister Manajemen*, 4(1).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021b). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Assaukani, A. N., Pauzy, D. M., & Lestari, S. P. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada PD. Gudmal Toko Bahan Sandal Kota Tasikmalaya). *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Assauri, S. (2018). *Manajemen produksi dan Operasi*.
- Azahri, A., & Hakim, L. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Manajemen, Organisasi, Dan Bisnis*, 1.
- Azizah, A. N., & Maskur, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Ikan Asin di Kabupaten Rembang). *Jesya*, 7(1), 68–79. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1336>
- Cahyani, P. R., & Mubarok, D. A. (2024). *Pengaruh Brand Image , Electronic*

- Word of Mouth Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Produk Outside Di Kota Bandung). 10(2), 899–911.*
- Clarita, N., & Khalid, J. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *Manajemen*, 2(1).
- Dewi, S. N., & Eddy, R. P. (2018). *Hidup dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang). 2016, 978–979.*
- Digdowniseiso, K., Maemunah, S., & Karyatun, S. (2023). The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on The Purchase Decision of Bimoli Cooking Oil at Alfamart Minimarket in Pasar Minggu Area, South Jakarta. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(4), 727–738.
<https://doi.org/10.46799/jsa.v4i4.905>
- Dirwan. (2022). *Point of View Research Management Effect of Promotion , Positioning and Brand Image on Samsung Smartphone Purchase Decisions. 3(1), 14–29.*
- Enre, A., Hutagalung, D., Simbolon, H. A., & Ong, M. T. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar. *Owner: Riset Dan Jurnal Akuntansi*, 4(1).
- Erisca, V., & Jalari, M. (2024). Pengaruh Brand Image, Persepsi Kualitas Dan WOM Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1525–1535.
<file:///C:/Users/user/Downloads/23550-63238-1-SM.pdf>
- Fandy, T. (2014). *Manajemen Jasa, Yogyakarta. Andi.*
- Fanto, E. (2021). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Akuntansi*, 10(10), 2–16.
- Faradasya, C. ., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Kpop Stray Kids Dan Brand Image the Influence of Brand Ambassador Kpop Stray Kids and Brand Image on Purchase Decisions (Study Case of E-Commerce

- Shopee). *E-Proceeding of Management*, 8(2), 1–9.
<https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/14755>
- Fatma, N., Irfan, N. F., & Latiep, I. F. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Produk Menggunakan Persepsi Harga dan Kualitas Produk. *Management & Business*, 4(2).
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (5th ed.).
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Frandika, V. (2020). *View metadata, citation and similar papers at core.ac.uk*. 1(7), 274–282.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate* (10th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Ebert, R. J. (2015). Pengantar bisnis. *Edisi Kesepuluh*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Gunawan, D., Pratiwi, A. D., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). *Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 540–548.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/2280%0Ahttps://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/2280/1499>
- Hair, J. (2018). Multivariate Data Analysis Joseph F. Hair Jr. William C. Black Eight Edition. *International Journal of Multivariate Data Analysis*, 1(2).
- Hananto, D. (2021). *Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda di Tangsel*.
- Harjati, L., & Venesia, Y. (2015). Pengaruh kualitas layanan dan persepsi harga

- terhadap kepuasan pelanggan pada maskapai penerbangan Tiger Air Mandala. *E-Journal Widya Ekonomika*, 1(1), 36791.
- Harker, M., Brennan, R., Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing: An Introduction*.
- Hasian, A. G., & Pramuditha, C. A. (2022). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Palembang (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Palembang)*. 3(2), 115–121.
- 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, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Hutabarat, O., & Susanti, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya*.
- Inayah, R. M., Gumilang, D. L. C., Annisa, Z. N., Kusmayati, N. K., & Sukatmadiredja, N. R. (2024). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Body Care Herborist di Sidoarjo. *Media Analisa Masalah Administrasi*, 10(1).
- Ismanto, J. (2020). *Manajemen Pemasaran" Prodi Akuntansi S-1"*.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Julius, Y., & Limakrisna, N. (2016). Manajemen Pemasaran (Model kepuasan dan

loyalitas pelanggan). Yogyakarta: Deepublish.

Kapirossi, B., & Prabowo, R. E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi di Antariksa Kopi Semarang). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 66. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.929>

Keller. (2013). *Building, Measuring, and Managing Brand Equity* .

Kotler, P., Armstrong, G., Harris, L. C., & He, H. (2020). Principles of Marketing Eighth Europe an Edition. *Eight European*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing manajemen. *Bandung: Erlangga*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Buku 1*. USA: Pearson Education.

Kristiani, D., & Santosa, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Store Cibinong City Mall. *Jurismata*, 4(1), 97–108.

Kuncoro, A., Ilham, M. R., & Ernawati, N. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kuantitatif Grounded Theory* (L. PH (Ed.); 1st ed.). CV. Global Health Science Group.

Kurniawan, Z. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar*. 152–164.

Kuspriyono. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma). *Komunikasi*, VII(1), 26–32.

Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 13(1).

Liyono, A. (2022). *Pengaruh Brand Image , Electronic Word Of Mouth (E- Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon*

- Crystalline Pada Pt . Pancaran Kasih Abadi*. 3(1), 73–91.
- Mahiri, E. A. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Store Atmosphere terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran*.
- Manik, C. M., & Siregar, O. M. (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks di Kota Medan. *Journal of Social Research*, 7(1).
- Mariyana, & Talumantak, R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Hours Coffee and More Jakarta. *Human Capital Develpoment*, 10(3), 15.
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 471992.
- Mayangsari, A., & Kadi, D. (2024). Pengaruh Brand Image, Influencer Marketing, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Scarlett Whitening. *SIMBA*.
- Minarni, & Oetama, S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Internet di Sampit. *Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausaha*, 9(1).
- Mulyadhi, M., Buzaman Hamidi, A., & Anis, B. J. (2022). Harga Tunai, Kualitas produk, Citra merk dan Iklan Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Samsung di wilayah Jabodetabek. *MASTER: Jurnal Manajemen Strategik Kewirausahaan*, 2(2), 179–190. <https://doi.org/10.37366/master.v2i2.428>
- Nainggolan, E., Rinaldi, M., Dalimunthe, M. B., & Joventa, S. (2022). *Analysis Of The Effect Of Personal Sales And Product Quality On Consumer Purchase Decisions*. 12(2), 2431–2435.
- Nandi, G., & Amron, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Semarang. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 513–524.

<https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2358>

Nayiroh, S. N., Dwiantari, S., Fala, M. R. A., & Naziha, M. F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 1.

<https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6060>

Pasha Ashari, A., Hardiyono, H., & Fadilah Aswar, N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18–32.

Peter, P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Jakarta: Salemba Empat.

Pratama, A., & Realize. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Promosi Terhadap Kpeutusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa*. 4(1), 31–41.

Putra, Y. P., Ulfiya, D., & Slahanti, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 20. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6068>

Putri, E., & Gendalasari, G. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Gaga Mie. *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan*, 3(3). <https://doi.org/10.37641/jabkes.v3i3.2361>

Qomariah, N. (2016). *Marketing Adactive Strategy*. Jember: Cahaya Ilmu.

Rahmawati, E., & Saputro, A. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Lip Cream Viva Cosmetic di Shopee Bandung. *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 10(1).

Rahmawati, & Setiawan, Y. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Batik Danar Hadi Melawai. *Manajemen*, 8(1).

- Ramadani, A. G., & Rachmawati, E. (2022). *The Influence of Brand Awareness , Brand Association, Brand Image, and Word of Mouth on Samsung Smartphone Purchase Decisions*. 8(1), 73–86.
<https://doi.org/10.21070/jbmp.v8vi1.1610>
- Rentanubun, K. V. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hotel. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 8(3).
- Resmi, N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1–20.
- Riduwan, K. E. A., & Kuncoro, E. A. (2013). Cara Mudah Menggunakan dan Memaknai Path Analysis (Analisis Jalur). *Bandung (ID): Alfabeta*.
- Rivai, J. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42.
- Robiah, D. W., & Nopiana, M. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Avoskin. *Journal of Management*, 5(1), 441.
- Rosmayanti, M. (2023). *Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mixue*. 05(03), 8126–8137.
- Sahney, A. (2016). A Riview of brand image and its impact on buying behavior. *International Journal of Academic Research and Development*, 1(8), 1–3.
- Salsabila, A., & Maskur, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1).
- Salsabila, A., & Soliha, E. (2023). *The influence of Brand Image , Product Quality and Price Perception on Samsung Smartphone Purchase Decisions (Study on Samsung HP Customers in SMS Shop Matahari Simpanglima Semarang)*. 12(03), 614–623.

- Sari, P. T., & Prabowo, R. E. (2024). *The influence of brand image , brand awareness , and brand trust on Samsung smartphone purchase decisions (study on Samsung smartphone consumers at Sinar Mas seluller shop Semarang city).* 13(01), 1471–1481.
- Sasmita, A., & Handry, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone OPPO. *Juripol (Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Medan)*, 5(2), 222–227.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2, 1070–1079.
- Siregar, S. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (pertama). Kencana.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda.” *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1–20.
- Solihin, D., Maddinsyah, A., & Kusjono, G. (2024). Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer Tunas Toyota Cinere Depok. *Ilmiah-M-Progress*, 14(1).
- Sudaryono. (2014). Dalam Perspektif Pemasaran. *Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia*.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D* (27th ed.). Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Supu, L., Lumanauw, B., & Poluan, J. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone Oppo di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>

- Swaminathan, V., Gupta, S., Keller, K. L., & Lehmann, D. (2022). Brand Actions and Financial Consequences: A Review of Key Findings and Directions for Future Research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50(4), 639–664.
- Tandibua, R. B., & Nainggolan, B. M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket di Air Asia Indonesia. *Panorama Nusantara*, 18(2).
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). Service, quality dan satisfaction. *Yogyakarta: Andi Offset*, 18–24.
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Akuntansi Manajemen*, 16(1).
- Virginia, E. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Emina. *Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 10(3).
- Vivian, S. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck*. 12(1), 51–66.
- Wardana, W. (2018). *Strategi Pemasaran*. Deepublish.
- Wijaya, T. A., & Budiani, M. S. (2022). *Hubungan antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Shopee di Daerah Surabaya*. 9(5).
- Winda, C. O., & Andy. (2022). Pengaruh Sistem Aplikasi E-Wallet, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada KFC Citra Raya. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1(3).
- Yulianto, A. Y., & Prabowo, E. R. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop (Studi Pada Pelanggan TikTok Shop di Kota Semarang)*. 7(1), 972–982.