

DAFTAR PUSTAKA

- Abzari. (2014). Analisis Pengaruh Media Sosial pada Sikap merek dan minat beli konsumen. *Jurnal Sosial dan Ilmiah*, 1(43), 822–830. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.07.483>
- Anggara Putri, L. G. D., & Sukaatmadja, I. P. G. (2018). *Peran Kepercayaan Memediasi Citra Merek terhadap Niat Beli pada Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar*. 7(5), 2470–2499. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i05.p06>
- Apriani, V., & Arifin, A. L. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Samsung Pada Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kota Depok. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1495–1504.
- Arinawati, E., & Badrus, S. (2021). *Penetaan Produk SMK/MAK Kelas XII*. Jakarta: Gramedia Widiasara Indonesia.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran (Cetakan Pertama)*. CV BUDI UTAMA.
- Faryadi, H. E. (2017). *Analisis pengaruh citra negara asal, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen Apple Smartphone di Surabaya*. 1–9. <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/2887>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy) (Cetakan Pertama)*. Pasuruan : CV Qiara Media.
- Fraenkel, J. R., & Wallen, N. E. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Higher Education.
- Ghozali & Kusumadewi, Imam, & Karlina Aprilia. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4,0 Untuk Penelitian Empiris*.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Square Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Aplikasi SmartPLS 3.0*.

- Gultom, H. C., Ranandaru, R., & Puspitasari, R. H. U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Pembelian Smartphone Merek Samsung: (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Semarang) Pada Tahun 2021. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi (JEMA) Universitas Ngudi Waluyo*, 2(2), 32–39.
- Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., & Ringle, C. M. (n.d.). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*. 31(1), 2–24.
- Hidayat, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Smartphone Samsung di Neo Komunika). *Eqien-Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 10(1), 195–202. <https://doi.org/10.34308/eqien.v10i1.507>
- Idris, M., Suharyati, S., & Nastiti, H. (2020). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Smartphone OPPO (Studi Kasus Pada Wilayah Jakarta Selatan)*. 1, 780–793.
- Juwahir, M., & Rosyidi, S. (2024). Pengaruh Iklan Media Sosial, Atribut Produk, Brand Image dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo di Kabupaten Rembang. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 77–84. <https://doi.org/10.46576/bn.v7i1.4206>
- Khatimah, H. (2023). *Buku Panduan Skripsi*. Bekasi: Fakultas Ekonomi, Universitas Islam 45.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Edisi 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler P, & Keller K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). PT Indeks: Jakarta.
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Nurfitri, A. R., Setyaningsih, E., Dimyati, D., & Winarsih, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Inovasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Smartphone Samsung di Wilayah DKI Jakarta. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 1296–1312.

- Powa, G. A., Lapian, S. J., & Wenas, R. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3). <https://doi.org/10.35794/emba.v6i3.20082>
- Prakoso, Z., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh Brand Image, Online Consumer Review, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus pada Pengguna Smartphone Samsung di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(4), 3615–3632. <https://doi.org/10.37385/msej.v4i4.2109>
- Priansa, J., D. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Purba, T. S. (2015). Strategi Ekonomi Politik Samsung Group Company Dalam Menguasai Pasar Seluler Smartphone di Indonesia. *JOM FISIP: Jurnal Hubungan Internasional*, 2 (October), 1–14.
- Putri, D. L., Nurmansyah, N., & Aznuriyandi, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 219–224. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.598>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(Special Issue 3), 1651–1667. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4iSpecial%20Issue%203.1004>
- Rauf, A., & Ismayudin, Y. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: CV Grafika Arta Nawala.
- Rojikun, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung Seri Galaxy Pada Pengunjung Pusat Grosir Cililitan (PGC). *Jurnal Ilmu Ekonomi Manajemen dan Akuntansi MH Thamrin P-ISSN*, 2716, 3911. <https://doi.org/10.37012/ileka.v3i2.1189>

- Saputra, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://digilib.esaunggul.ac.id/pengaruh-citra-merek-dan-kualitas-produkterhadap-minat-beli-konsumen-produk-smartphone-xiaomi-studi-kasus-di-jakarta-barat-20494.html>
- Setiawaty, N. A. (2017). Pengaruh iklan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen smartphone samsung galaxy series (studi kasus mahasiswa/i universitas gunadarma, depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1).
- Shafitri, M., Ariani, L., & Nobelson, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 201–212.
- Simamora, H. (2011). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Surabaya: Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*.
- Sultoni, M. H. (2020). *Corporate Social Responbility (Kajian Korelasi Program CSR Terhadap Citra Perusahaan)*. Duta Media Publishing.
- Tamba, R. S., & Chandrika, P. G. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Reputasi Merek Terhadap Minat Pembelian Smartphone Import Samsung Di Kota Jakarta Timur. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(1), 82–93. <https://doi.org/10.31334/jambis.v3i1.3062.g1463>
- Tjiptono, F. (2016). *Brand Management & Strategy*. Andi, Yogyakarta.
- Visca, A., & Lia, N. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Minat Beli Smartphone Samsung di Samsung Store Plasa Marina Surabaya. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 12(1).
- Yuliyzar, I., & Hakim, A. (2020). Kontribusi Brand Image, Brand Trust dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Xiaomi. *Dynamic Management Journal*, 4(2), 40–49. <http://dx.doi.org/10.31000/dmj.v4i2.3988>