

DAFTAR PUSTAKA

- Aditiya, I. M. (2024). *Proyeksi Kepemilikan Ponsel Pintar Masyarakat Indonesia*. Diakses 23 April 2025. <https://goodstats.id/article/proyeksi-kepemilikan-ponsel-pintar-masyarakat-indonesia-Bqrlk>.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>.
- Aliyya, M. S., & Nuriyah, A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Survei Konsumen Uniqlo di Jabodetabek). *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 8(2), 1365–1371. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v8i2.1801>.
- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>.
- Amruddin, et., al. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif* (F. Sukmawati (ed.)). Sukoharjo: CV. Pradina Pustaka Grup.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk* (B. Nasution (ed.)). Padang: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.)). Gowa: Global Research And Consulting Institute.
- Fakhrudin, A., Roellyanti, M. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran* (D. Novidiantoko (ed.)). Yogyakarta: Deepublish.
- Fandiyanto, R., & Prianto, F. W. (2021). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Rusdi Widoro Payung. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 19(2), 177–188. <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v19i2.1607>.
- Fathony, M. G., Amini, L., Febrianto, I. T., Larasati, I. A., Apriliani, S., & Rahadhini, M. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 779–787. <https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19826>.

- Febrianty, N., & Safaruddin, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* iPhone. *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2), 819–825. <https://doi.org/10.46576/bn.v6i2.3848>.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. In Q. Media (Ed.). Surabaya: Qiara Media.
- Fraenkel, J. R. Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How To Design And Evaluate Research In Education*. In A. McNamara (Ed.). New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS Edisi 10* (P. Kreatif (ed.); Koryati, Tr). Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Hanifah, & Sari, L. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Sertifikasi Halal terhadap Loyalitas Merek pada Zoya. *Islamic Economics and Business Review*, 1(1), 45–58. <https://ejournal.upnvj.ac.id/iesbir/article/view/4885>.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan* (F. A. Pratama (ed.)). Cirebon: Insania.
- Kosasih. (2020). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Karunia Prima Sejati di Bandung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(4), 630–636. <https://doi.org/10.32493/JEE.v2i4.10697>.
- Kusuma, R. A., & Hidayati, R. (2024). Harnessing the Power of Social Media, Pricing Strategies, Brand Image, and Product Quality in Shaping Purchase Decisions Rifky. *Research of Economics and Business*, 2(2), 68–77. <https://doi.org/10.58777/reb.v2i2.289>.
- Kuswanto, H. (2021). Faktor Keputusan Pembelian Konsumen Berdasarkan Citra Merek, Persepsi Waktu, dan Layanan Purna Jual di Trading Company PTA (Kajian Studi Literatur Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 957–966. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.762>.
- Kuswanto, & Vikaliana, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Equilibrium*, 6(2), 195–210. https://doi.org/10.47329/jurnal_mbe.v6i2.431.
- Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kaulitas dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Nazurah Hijab di Kubang Tugkek Kabupaten Lima Puluh Kota. 9(2), 356–363. <https://ejurnal-unespadang.ac.id/index.php/MJ/article/view/584/581>.

- Manglo, B. S., Saleh, M. Y., & Suriani, S. (2021). *Preferensi Konsumen dalam Berbelanja* (H. Remmang, M. Said, & A. Puspita (Eds.)). Gowa: Pusaka Almaida.
- Michael, Harahap, R. A., Albert, & Hartanto, A. (2021). *The Influence of Brand Image, Price and Product Quality on Purchase Decision*. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1883–1889. <https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/1781>.
- Mundung, A. J., Tumbel, T. M., & Tamengkel, L. F. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Di Kota Denpasar. *Journal Research of Management*, 2(6), 140–152. <https://doi.org/10.51713/jarma.v2i1.43>.
- Naisaniya, F. R., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Produk Rabbani. *Value*, 4(2), 133–150. <https://doi.org/10.36490/value.v4i2.935>.
- Nandi, G. A., & Amron. (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>.
- Nurjannah, Aziz, A., Safitri, A., Sulastri, & Sikombong, F. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms. Glow di Kota Palopo. *EKOMA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 4(1), 210–218. <https://doi.org/10.56799/ekoma.v4i1.5429>.
- Nurmartiani, E. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Zoya Bandung. *JMPIS: Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 6(1), 725–731. <https://doi.org/10.37150/jimat.v4i2.2921>.
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M. (2017). *Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian* (B. Nasution (ed.)). Yogyakarta: Sibuku Media.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat* (A. Karim (ed.)). Makassar: PT. Nas Media Indonesia.
- Pangestu, L. A. (2024). *Merek Smartphone Terlaris di Indonesia Q3 2024, Brand China Jadi Raja!*. Diakses 27 April 2025. <https://data.goodstats.id/statistic/merek-smartphone-terlaris-di-indonesia-q3-2024-brand-china-jadi-raja-dmJCG>.
- Purba, W. S. M., Abdullah, S., & Sembiring, E. C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Moderating. *Jurnal Syntax Transformation*, 2(11), 1670–1678. <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/jst.v2i11.448>.

- Putri, A. (2025). *12 Daftar HP Harga Rp 5 Jutaan Update Februari 2025, Ada Brand Samsung, Xiaomi, vivo, OPPO, real*. Diakses 23 April 2025. <https://shopping.tribunnews.com/2025/02/12/12-daftar-hp-harga-rp-5-jutaan-update-februari-2025-ada-brand-samsung-xiaomi-vivo-oppo-realme>.
- Rinaldi, A. N., Utami, S., Tanzielin N, S. K., & Utami, W. P. (2023). *Smartphones and Effects on Children'S Speech Delays. Golden Age : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 7(1), 167–174. <https://doi.org/10.29313/ga:jpaud.v7i1.11556>.
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1(1), 1–11. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/issue/view/485/showToc>.
- Sari, A., Dahlan, D., Tuhumury, N. A. R., Prayitno, Y., Siegers, H. W., Supiyanto, & Werdhani, S. A. (2023). *Dasar-dasar Metodologi Penelitian* (Y. Prayitno, Ed.). Jayapura: CV Angkasa Pelangi.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184. <https://doi.org/10.31955/mea.v5i3.1573>.
- Setiawan, R. D., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Rds Phone Store di Surakarta. *Value*, 4(1), 167–184. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.742>.
- Setyani, A. D., & Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian sepatu merek Adidas (Studi di Toko Original Sportcenter cabang Medoho Semarang). *Procceding Sendiu*, 611–615. <https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8043>.
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2020). *Brand Marketing: the Art of Branding. In A* (Sudirman (ed.)). Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sofi'i, A. U., & Rosyidi, S. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Iklan Media Sosial Yang Berdampak Pada Meningkatnya Keputusan Pembelian Air Minum Le Minerale. *Jurnal Administrasi Dan Manajemen*, 14(1), 46–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.52643/jam.v14i1.3841>.
- Sugiyono. (2018). *Statistik untuk Penelitian* (E. Mulyatiningsih, Ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Sutopo (ed.)).

Bandung: Alfabeta.

- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>.
- Syarifudin. (2019). *Citra Merek Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan* (M. Ramadhan & B. Rahman (eds.)). Lhokseumawe: Unimal Press.
- Vindiana, A. P., & Lestari, F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia. *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>. Diakses 23 April 2025.
- Wardhana, A. (2024). *Keputusan Pembelian Konsumen* (M. Pradana (ed.)). Purbalingga: CV. Eureka Media Aksara.
- Www.c.realme.com. (2024). *[HOT] Keluhan Terbesar Saya terhadap Produk Realme*. Diakses 27 April 2025. <https://c.realme.com/id/post-details/1204314417148207104>.
- Www.data.goodstats.id. (2024). *TOP Brand Smartphone di Indonesia 2024*. Diakses 27 April 2025. <https://goodstats.id/infographic/top-brand-Smartphone-di-indonesia-2024-gpCcw>.
- Yusda, D. D., Sari, P. N., & Ekatama, M. R. (2024). Pengaruh Harga, Promosi dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Implora. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (JMB)*, 5(1), 68–81. <https://doi.org/https://doi.org/10.57084/jmb.v5i1>.
- Zusrony, E. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Kusumajaya (ed.)). Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.