

DAFTAR PUSTAKA

- Andis, A., Risal, M., & Usman, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung pada Toko Centro Palopo*. 5(1), 25–31.
- Anissa, N., Zaini, O. K., & Ramdani, H. (2019). *Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Xiaomi di Kelurahan Harapan Jaya)*. www.techniasia.com
- Asshifa, R. D., & Yuniarinto, D. A. (n.d.). *Pengaruh Country Of Origin Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Dengan Word Of Mouth Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung Di Kota Malang)*.
- Ayuk, K., Oktavenia, R., Gusti, I., Ketut, A., & Ardani, S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia dengan Citra Merek Sebagai Pemediasi*. 8(3), 1374–1400. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i3.p8>
- Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegor.
- Handoko. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Badan penerbit IPWI.
- Helsar, O., Tobing, L., & Setiawan, B. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Varian, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor)*. www.anonytun.com
- Indra Pratama, Y., & Adi Saputra, Y. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Apple di Story-i Pekanbaru*. 4(1), 123–134.
- Kotler, & Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, & Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th Edition).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip – prinsip pemasaran*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Laila, N. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*.
- Peter, J. P., & Jerry C. Olson. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategy Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (Edisi 9). Salemba Empat.

- Purnama, N. (2006). *Manajemen Kualitas* (Edisi Pertama).
- Schiffman, & Kanuk. (2018). *Perilaku Konsumen* (7th ed).
- Solehman. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Vivo di Kecamatan Gringsing Batang)*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2004). *Perilaku konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemasaran*. Ghalia Indonesia .
- Tjiptono, F. (2006). *Manajemen Jasa* (Edisi pertama). ANDI.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). ANDI.
- Tjiptono, Fandy, Gregorius, & Dadi Adriana. (2008). *Pemasaran Strategik*. ANDI.
- Widodo, S., Tumanggor, R., & Jaenudin, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone di Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.32493/jmw.v3i1.29447>