

DAFTAR PUSTAKA

- Bajaj, A. (2017). A Study on Market Segmentation of Samsung Electronics Ltd. with Special References to Mobile Phones. *International Journal of Advance Research, Ideas and Innovations in Technology*, 3(5). www.ijariit.com
- Cannon, J. R., Perreault, Jr., W. D., & McCarthy, E. J. (2009). *Pemasaran Dasar - Pendekatan Manajemen Global* (16th ed., Vol. 2). Salemba Empat.
- Cardia, D. I. N. R., Santika, I. W., & Respati, N. N. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(11), 6762.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p19>
- Daniswara, A., & Rahardjo, S. T. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan: dengan Variabel Mediasi Kepuasan Pelanggan. *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT*, 12(1), 1–13.
- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan yang Dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek (Studi pada Produk Smartphone Merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87.
<https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01>
- Dharmmesta, B. S. (1999). Loyalitas Pelanggan: Sebuah Kajian Konseptual Sebagai Panduan Bagi Peneliti. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Indonesia*, 14(3).
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. DEEPUBLISH.
- Ghimire, M., & Karki, D. (2022). Brand loyalty among mobile users. *NCC Journal*, 7(1), 1–14. <https://doi.org/10.3126/nccj.v7i1.58612>
- Ghozali, I. (2004). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*. Badan Penerbit - UNDIP.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (2nd ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga.
- Hamid, R. S., & Anwar, S. (2019). *Structural Equation Modeling (SEM) Berbasis Varian: Konsep Dasar dan Aplikasi dengan Program SmartPLS 3.2.8 dalam Riset Bisnis*. PT Inkubator Penulis Indonesia.
- Hong Nguyet, N. T. (2023). Determinant factors influencing smartphone customer's brand loyalty in Ho Chi Minh city. *V MOST Journal of Social Sciences and Humanities*, 65(1), 62–69.
[https://doi.org/10.31276/VMOSTJOSSH.65\(1\).62-69](https://doi.org/10.31276/VMOSTJOSSH.65(1).62-69)

- Hu, L.-T., & Bentler, P. M. (1998). Fit Indices in Covariance Structure Modeling: Sensitivity to Underparameterized Model Misspecification. *Psychological Methods*, 3(4), 424–453.
- Kim, M. K., Wong, S. F., Chang, Y., & Park, J. H. (2016). Determinants of customer loyalty in the Korean smartphone market: Moderating effects of usage characteristics. *Telematics and Informatics*, 33(4), 936–949.
<https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.02.006>
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium, Vol. 2). Prenhallindo.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13th ed., Vol. 1). Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12th ed., Vol. 1). Penerbit Erlangga.
- Lovelock, C., & Wright, L. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Vol. 1). Indeks.
- Lupiyoadi, R. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa* (2nd ed.). Salemba Empat.
- Madani, F., Abdulai, M., Ha, J., & Koosawangsri, R. (2014). Samsung's Innovation Strategy in Smart Phones Market. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3023595>
- Oliver, R. L. (2010). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Taylor & Francis.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9th ed., Vol. 2). Salemba Empat.
- Sabaru, W. C., Wenas, R. S., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Vivo (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA*, 10(3), 340–352.
- Sebastianelli, R., & Tamimi, N. (2002). How product quality dimensions relate to defining quality. *International Journal of Quality and Reliability Management*, 19(4), 442–453. <https://doi.org/10.1108/02656710210421599>
- Sekaran, U. (2006). *Research Methods for Business: Metodologi Penelitian untuk Bisnis* (4th ed., Vol. 2). Salemba Empat.
- Sidiq, A., & Kasidin. (2021). Pengaruh Kualitas Layana, Harga dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen Handphone di Karesidenan Surakarta. *Riset Manajemen Dan Akuntansi*, 12(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.36600/rma.v12i2.203>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Syahmi, R. M. F., Colia, R. S., & Warman, E. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kartu Seluler Telkomsel Melalui Kepuasan Pelanggan. *SENAPENMAS, 2021: PROSIDING SENAPENMAS*.
<https://doi.org/https://doi.org/10.24912/psenapenmas.v0i0.15158>

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, Penelitian* (1st ed.). ANDI Yogyakarta.
- Wibowo, A. E. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Smartphone Xiaomi di Kota Magelang. *FEBENEFECIUM, 2nd Prosiding Business and Economics Conference In Utilizing of Modern Technology 2019*.
- Wulansari, Y. M., & Widowati, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yenita Konveksi Di Kecamatan Gubug). *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS, 5*.