

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwiwijaja, A. junio, & Tarigan, Z. (2017). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *AGORA*, 5.
- Amron, A. (2018). *The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia*. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187-5191.
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). *Effect of Brand Image, Price, and Quality of Product on The Smartphone Purchase Decision*. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 294-305.
- Amalia, S., & Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 666.
- Assauri, Sofjan. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Febrianti, N., & Widiartanto. (2018). Pengaruh Word of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio. *Diponegoro Journal of Social and Political*, 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Ghozali, Imam. (2016). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 23 (edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 96.
- Ismi, A. N., & Hidayat, Z. (2019). Dampak Brand Image dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Xiaomi ( Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Widya Gama Lumajang ). *Jobman: Journal of Organization and Business Management*, 2, 6–9.
- Jasmani, J., & Sunarsi, D. (2020). *The Influence of Product Mix, Promotion Mix and Brand Image on Consumer Purchasing Decisions of Sari Roti Products in South Tangerang*. *PINISI Discretion Review*, 1(1), 165-174.
- Khasanah, M., Hufron, M., & Slamet, A. R. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, Brand Trust Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan

- Pembelian Smartphone Samsung. *Warta Ekonomi*, 07(17), 64–77.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13th ed.). ERLANGGA.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing Global*. USE: Pearson Education, 6, 47-48.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen pemasaran edisi 15 Jilid 2*.
- Lupiyoadi, Rambat. (2015). *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori & Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maknuni, J. (2020). Pengaruh Media Belajar Smartphone Terhadap Belajar Siswa Di Era Pandemi Covid-19. *Indonesian Education Administration and Leadership Journal (IDEAL)*, 02(02), 94–106.
- Mapaung, F. K., S, 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), 49–64.
- Marlina, S. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 18(1), 116. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v18i1.439>
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2(3), 524–537.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Pratama, A., & Realize. (2020). Pengaruh Kualitas, Brand Image dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa.

*Jurnal Ilmiah Simantek*, 4(1), 31–41.

Priansa, D. J. (2017). Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer. Bandung: Alfabeta.

Rangkuti, Freddy. (2015). Personal SWOT analysis. Gramedia Pustaka Utama.

Sakurat, J., Puji, L., & Safitri, U. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Berbasis Android (Studi kasus pada dosen dan mahasiswa pengguna smartphone Samsung Di Universitas Boyolali). *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 38–45. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.245>

Santoso, R., Erstiawan, M. S., & Kusworo, A. Y. (2020). Inovasi Produk, Kreatifitas Iklan Dan Brand Trust Mendorong Keputusan Pembelian. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 5(2), 133–145. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v5i2.14369>

Septiani, L., Bagus, M., Susanto, Prabowo, F. H. E., & Rahman, N. F. (2019). Pengaruh Threat Emotion Konsumen dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian ( Suatu Studi Pada Konsumen Susu Entrasol Di Toserba Yogya Ciamis ). *Business Management And Entrepreneurship Journal*, 1(1), 93–113.

Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Manajemen (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, Penelitian Tindakan, Penelitian Evaluasi). Alfabeta. Bandung.

Susanto, E., & Jasman. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme di Kabupaten Ogan Komeing ilir. *KHOZANA: Journal of Islamic Economic and Banking*, 4(2). <http://journal.stebisdarussalamoki.ac.id/index.php/khozana>

Tampinongkol, V. M., Mandagie, Y., Sam, U., & Manado, R. (2018). Analisis Pengaruh Word of Mouth, Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Manado Town Square. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 2008–2017. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.20930>

Tarigan, S. A., & Siregar, Z. (2019). Pengaruh Harga dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi kasus pada OPPO Store,

Sinergy Celullar Medan). *Jurnal Plans Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 17–21.

Tjiptono, Fandy. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan dan Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. (2015). Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Sumber Website:

<https://bilikteknologi.com/sejarah-singkat-berdirinya-samsung/>. Diakses pada tanggal 9 Agustus 2021

<https://pddikti.kemdikbud.go.id/> diakses pada 14 November 2020 pukul 12.57

<https://www.gartner.com/en/newsroom/press-releases/> diakses pada 17 Maret 2021 pukul 19.30

<https://www.beritateknologi.com/sejarah-perkembangan-handphone-pintar-samsung/>

