

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2020. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta
- Andis dkk, (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Pada Toko Centro Palopo. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 5(1), 25-31.
- Anggraeni & Soliha, (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96-107.
- Ansari dkk, (2019). Impact of brand awareness and social media content marketing on consumer purchase decision. *Journal of Public Value and Administrative Insight*, 2(2), 5-10.
- Amjad dkk, (2022). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak Bangka Nasywa di Kota Padangsidempuan. *Jurnal Misi*, 5(1).
- Astuti dkk (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2021, 2.2: 204-219.
- Batubara dkk, (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327-1342.
- Fahrezzy & Trenggana, (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 10-10
- Farisi, (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu Adidas pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018*.
- Ferrell and Hartline, 2011, *Marketing Strategy, Fifth Edition*, Cengage Learning
- GoodStats.id (2022, 5 Desember). Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia <https://goodstats.id/>. Diakses pada 5 Desember 2022
- Hariyanto & Wijaya (2020) Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image dan Brand Awareness terhadap Purchase Decision. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 4(1), 198-205.

- Jasmani & Sunarsi, (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.
- Kotler, Philip. 2020. *Marketing Insights From A to Z 80 Concepts Every Manager Needs To Know*
- Kuncoro & Sugiyono, (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sandal Fipper (Studi Pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Maulida dkk, (2022). Pengaruh Viral Marketing dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Publik: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi dan Pelayanan Publik*, 9(1), 27-37.
- Muliasari, (2020). The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung Brand Handphones among STIE AAS Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04).
- Njoto, & Sienatra, (2019). Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian konsumen wnak tok. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 3, Nomor 5*
- Paradis dkk, (2020). Pengaruh Celebrity Endorse, Kualitas Produk Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Indomie (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 2(4), 266-171.
- Porajow dkk (2020), Pengaruh Kesadaran Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Productivity*, 2020, 1.5: 446-452.
- Pratiwi & Suyanto, (2019). Analisis Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Mengkonsumsi Aqua di Indonesia.
- Putra dkk, (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian. *Widya Amrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Parwisata*, 1(4), 1189-1198.
- Putri & Deniza, (2018). Pengaruh Brand Awareness Dan Brand Loyalty Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chicken Nugget Fiesta Di Kota Padang. *Jurnal agrica*, 11(2), 70-78.

- Ristanto dkk (2021), Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *JBE (Jurnal Binkai Ekonomi)*, 2021, 6.1: 58-71.
- Rukmawan & Sisilia, (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality Dan Brand Loyalty Terhadap Proses Keputusan Pembelian (studi Kasus Di Distribution Store Unkl347 Bandung). *eProceedings of Management*, 6(1).
- Sa'adah dkk, (2022). Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Aantis Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Kelurahan Dinoyo Kota Malang). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(1), 175-181.
- Santosa, (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Store Atmosphere, Dan E-Wom Terhadap Proses Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Zenbu-House Of Mozaru Paris Van Java, Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(2), 148-158.
- Statcounter.com. (2022, 5 Desember). Mobile Vendor Market Share Indonesia <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia>, Diakses pada 5 Desember 2022
- Suari dkk, (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Subangkit dkk, (2022). Pengaruh Harga, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kafe Kon Kopia. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 11(1), 150-157.
- Sumpu dan Tumbel (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2018, 6.4.
- Taufan, (2021). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Mineral Merek Aqua (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi STKIP YPM BANGKO). *Ekopendia*, 6(2), 1-7.
- Yusna, (2022). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Masterpiece Blitar. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(Special Issue 2), 514-521.