

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Alexander, L. B. (2009). *Brand equity and Advertising: Advertising Role in Building Strong Brands*. Hillsdale: Lawrence Equilibrium Associates. Inc.
- Alce, R. (2021). Pengaruh Potongan Harga, Iklan, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Shopee. *Benchmark*, 2(1), 81–93.
- Ariani, J., Jesika, S., Ulum, P., Handani, D., & Juniarsih, D. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo di Desa Giri Purno Kecamatan Rimbo Ilir. *Jurnal Administrasi Nusantara Maha*, 3(6), 76–86.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Persed
- Bahi, H., Pratikto, H., & Dhewi, T. S. (2020). The Impact of E-Wom and Advertising on Purchase Decision si. se. sa syar'i Clothes with Brand Awareness as an Intervening Variables (a study on si. se. sa Fashion Consumers). *International Journal of Business, Economics and Law*, 23(1), 255–261.
- Chalil, R. D., Sari, J. D. P., Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). Brand, Islamic Branding, & Re-Branding. *Depok: Depok Rajawali Pers*.
- Doni, F., Sutardjo, A., & Firdaus, T. R. (2021). Pengaruh Desain Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo. *Matua Jurnal*, 3(4), 716–729.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta.
- Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Alfabeta.
- Fereshti, N. D. (2010). *Smartphone: Antara Kebutuhan dan E-Lifestyle*. *Smartphone: Antara Kebutuhan dan E-Lifestyle*.
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi dan Keuangan*, 3(1), 44–53.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Dalam *Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gifani, A., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis Dan IPTEK*, 10(2), 81–94.

- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga.
- Kaila, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6–16.
- Kotler, N., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran (Alih Bahasa Bob Sabran). *M, Edisi Bahasa Indonesia, Jilid, 1*.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Marketing an Introducing* Prentice Hall. England: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., & Fox, K. F. A. (2002). *Strategic Marketing for Educational Institutions* (Second Edition). Prentice Hall.
- Kotler, P., & Gary Amstrong. (2012). *Principles Of Marketing* (Global Edition). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga (12 ed.).
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15thn Edition* New Jersey: Pearson Prentice Hall. Inc.
- Kurniadi, I. P. E., & Karta, N. L. P. A. (2020). Pengaruh Iklan, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Kesehatan (Ortopedi) Pt. Adiska Sarana Medika Di Denpasar. *Journal Research of Management*, 2(1), 23–35.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lee, M., & Johnson, C. (2007). Prinsip-prinsip periklanan dalam perspektif global. Dalam diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna (Ed.), *Diterjemahkan oleh Haris Munandar dan Dudi Priatna*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Liana, T. M. M. (2019). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo pada Mahasiswa Universitas HKBP Nommensen Medan (Studi Kasus). *Jurnal Ilmiah Simantek*, 3(2).
- Lumbantobing, A. D., Marbun, S. N. B., & Panjaitan, M. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada PT. World Innovative Telecommunication (Oppo) Cabang Kota Medan. *Jurnal Ilmiah METHONOMI*, 7(2), 57–64.

- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Mayor, E. A., Bopeng, L. S., & Saptomo, Y. H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone OPPO di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Papua. *Manis: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 1–11.
- Moloku, S. O., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis, Volume 8 Nomor 2, 98-106*, 8(2), 98–106.
- Norbaiti, N., & Rahmi, W. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2), 80–91.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran* (9 ed.). Salemba Empat.
- Purwati, A. A., Siahaan, J. J., & Hamzah, Z. (2019). Analisis Pengaruh Iklan, Harga dan Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian di Toko Rumah Mebel Pekanbaru. *Jurnal Ekonomi KIAM*, 30(1), 20–28.
- Rangkuti, F. (2004). *The Power of Brands*. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratri, L. E. (2007). Strategi Memenangkan Persaingan Pasar. *Jakarta: Salemba Empat*.
- Rianto, S., & Andrean, M. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat: Array. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Peradaban*, 3(1), 44–48.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161–174.
- Rusni, A., & Marwan, M. (2021). Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Krida Dinamik Auto Nusa Cabang Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(2), 65–71.
- Sangadji, E., & Sopiha, S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.

- Sarjita, S. (2023). Pengaruh Harga dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 10(1), 71–82.
- Setiadi. (2013). *Perilaku Konsumen Edisi Revisi*. Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (2010). Advertising, Promotion, & Other Aspects of Integrated Marketing Communications. *Cengage Learning. South-Western*. Nelson Education, Ltd.
- Shimp, T. A. (2014). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi. Dalam *Harya Bhima Sena, Fitri Santi, Annisa Puspita Dewi*, Jakarta: Salemba Empat (8 ed.).
- Solomon, M. R. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having and Being*. Pearson Prentice Hall.
- Sopiah, E. M. S., & Sangadji, S. (2016). Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono, D. (2016). Manajemen Pemasaran teori dan implementasi. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Pt Penerbit Ipb Press.
- Swastha, B. (2009). *Azas-Azas Marketing*. Liberty.
- Syarif, S. H., & Hiya, N. (2021). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Tokopedia. *Literasi Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 40–51.
- Tahir, M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Graha Konstruksi Sejati-Medan. *JRMB (Jurnal Riset Manajemen & Bisnis)*, 4(1).
- Timbowo, D. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *Acta Diurna Komunikasi*, 5(2).
- Tjiptono, F. (2015). *Edisi 3. Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.

Yunefa, A., & Sabardini, S. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).

Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2 (1), 472–481.

Zumiarti, Razali, G., Retu, M. K., Rifai, A., Hanika, I. M., Mendri, N. K., Badi'ah, A., Meliala, A. J., Herawati, K. M., Satory, C., Djerubu, D., & Nugraha, R. S. (2022). Ilmu Komunikasi dan Informasi & Transaksi Elektronik. Dalam A. Munandar (Ed.), *ILMU KOMUNIKASI DAN INFORMASI & TRANSAKSI ELEKTRONIK*. Penerbit Media Sains Indonesia.

