

DAFTAR PUSTAKA

- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(1), 76–88.
- Aprisca, A. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Doctoral dissertation, STIE YKPN).
- Ariamanda, S., & Wardhani N, I. K. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro Di Region Surabaya Timur. *Buletin Bisnis & Manajemen*. Volume 08, No 02 Agustus 2022.
- Buku Pedoman. (2023). Pedoman Tugas Akhir Universitas Muhammadiyah Purwokerto.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Sulsel: Global Research And Consulting Institute.
- Dirharto, A. K. (2022). Manajemen Inovasi dan Kreativitas. Yogyakarta: Penerbit Gerbang Media Aksara.
- DIYAGITAMA, A. A., Sumarsono, H., & KRISTIYANA, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Artomoro Celluler. *ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 58. <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.240>
- Fadhilah, K. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 10 No 7 e-ISSN: 2461-0593
- Fathony, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung di Surakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*. Vol 6 No 2 P-ISSN: 2620-9551
- Fatmaningrum, S. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*. Vol 4 No 1. ISSN: 2541-5255
- Fitrotin, H. (2020). Pengaruh Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Menak Koncar Lumajang. *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, Vol 3 No 1 E-ISSN: 2715-5579
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hardani dkk. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.(Kristian et al., 2021)(Maryana & Permatasari, 2021)
- Hasbullah & Muchtar. (2022). Pengaruh Inovasi, Kualitas Produk dan promosi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* Vol. 18 (4) 2022
- Herawati, N. (2020). Strategi Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Melalui Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Pada Pelanggan Smarthphone Samsung. Vol 5 No 2 ISSN: 2579-5597
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Jawa Timur: Unitomo Press.
- Kotler, P., & Keller K. L. (2014). *Marketing Management An Asian Perspective* 7th Edition. Boston: Pearson Education.
- Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kristian, G., Welsa, H., & Udayana, I. B. N. (2021). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Trustworthiness Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 509–520. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.570>
- Kusuma, S. S. (2022). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Merek Uniqlo (Studi pada Konsumen Uniqlo DP Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Vol 11 No 4. ISSN: 2746-1297.
- Maryana, S., & Permatasari, B. (2021). Pengaruh Promosi Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Technobiz*, 4(2), 62–69.
- Meilisa, M & Artina, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Harga Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan French Bkery & Bistro Atmo The 2 MDP Student Conference (MSC). Vol 2, No 2. E- ISSN: 2985-7406
- Nayiroh, S. N., Dwiantari, S., Fala, M. R. A., & Naziha, M. F. A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Solusi*, 21(1), 414. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i1.6060>
- Nugraha, dkk. (2021). Teori Perilaku Konsumen. Jawa Tengah: PT. Nasya Expanding Management. Cetakan 1
- Nugroho, I. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada PT. Havindo Pakan Optima). *Diponogero Journal Of Management*. Vol 10 No 1. ISSN: 2337-3792

- Nur Alfiyah, S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Inovasi Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Coffee Shop Pabrik Lewo Surabaya. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 5(3), 970–985. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v5i3.2136>
- Putra, Y. P. (2023). Pengaruh Kualitas, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*. Vol 21 No 1 P-ISSN: 1412-5331
- Putri, M.A.E., Supriyono. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Smartphone Samsung Di Megastore Surabaya. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7 (2) DOI : 10.31932 e-ISSN 2541-0938 p-ISSN 2657-1528
- Rahmawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Kasus pada Pengguna Handphone Samsung di Desa Mekarmukti Cikarang Utara). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 2 No 4 E-ISSN: 494-504
- Ramadhanti, D, R. & Dwiarta, M., B. (2021). Pengaruh Inovasi Produk Perceived Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Nmax Di Sip Gunungsari Surabaya. *Journal of Sustainability Business Research* ISSN : 2746 – 8607 Vol 2 No 4 Desember 2021
- Sahir, S., H. (2021). *Metodologi Penelitian*. Jawa Timur: Penerbit KBM Indonesia
- Sakurat, J. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Hndphone Samsung (Berbasis Android). *Ekobis : Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi*. Vol. 8 No.1 ISSN: 2502-3055.
- Saputra, M., & Kristiawan, A. (2023). Peranan Citra Merek Dan Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung. *10(2)*, 1189–1198
- Satriadi, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru (Anggota IKAPI)
- Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Jurnal Ilmiah Solusi*. Vol 18 No 4 ISSN: 1412-5331
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Supu, L. P., Rumengan, G. (2022). Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol 9 No 3 ISSN 2303-

- Tabelessy, W. (2021). Analisis pengaruh Citra merek dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian konsumen pasa cat CATYLAC di kota Ambon. *Soso-Q: Jurnal Manajemen*, 9(2), 15–27. <https://ojs.unpatti.ac.id/index.php/sosoq/article/view/1441>
- Tuharea, R & Subkhan, M. (2023). Pengaruh Kualitas Prosuk Dan Hrga Terhadap Loyalitas Produk Wardah. *Jurnal STIE Semarang* ISSN: 2085-5656 e-ISSN:2252-7826 Vol 15 No 2
- Utama, D. C. (2019). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Bisnis*. Vol 3 No 7. ISSN: 767-779
- Wulandari, E. E. P. (2021). Pengaruh Lokasi, Inovasi Produk, Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Pada Eleven Cafe Di Kota Bengkulu. (*JEMS*) *Jurnal Entrepreneur Dan Manajemen Sains*, 2(1), 74–86. <https://doi.org/10.36085/jems.v2i1.1379>

