

## DAFTAR PUSTAKA

Afriska, R. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang. 53(9), 1–6.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Agripa, S. T. (2015). Beban Kerja dan Motivasi Pengaruhnya terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. BANK Tabungan Negara TBK Cabang Manado.

Ahmad, M., Muhammad, H. I., & Mila, S. D. (2019). Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau. Hasil Penelitian Dan Karya Ilmiah Dalam Bidang Teknik Industri, 5(2), 79–86.

Andi, A. A. B. N., Saleh, M. Y., & Jafar, S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Makasar. 5(002), 185–195.

Anissa, W. D., & Mohammad, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan

Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Handphone Samsung. Jurnal Aplikasi Bisnis, 5(1), 145–148.

Annishia, F. B., & Prastiyo, E. (2019). Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Best Western Premier the Hive Jakarta. Jurnal Hospitality Dan Pariwisata, 4(1), 19–28.  
<http://journal.ubm.ac.id/>

Arifin, J. (2017). SPSS 24 untuk Penelitian dan Skripsi. Elex Medika Komputindo.

Asep, H. S., & Bahrudin. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi dalam Pendidikan. Deepublish.

Azuar, J., Irfan, & Saprinal, M. (2015). Metodologi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi: Sukses Menulis Skripsi & Tesis Mandiri. UMSU Press. Deepublish.

Bastian, A. F., Setiawan, M., Armanu, & Rohman, F. (2019). Engaging perceived value towards political marketing mix for head of region voting decision. Innovative Marketing, 15(4), 14–26.  
[https://doi.org/10.21511/im.15\(4\).2019.02](https://doi.org/10.21511/im.15(4).2019.02)

Desy, L. D. I., & Rahmat, H. (2017). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan. Dictionary of Statistics & Methodology, 5(1), 16.

<https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>

Faisal, A. A., & Watni, M. (2016). Metodologi Penelitian Hukum Islam. Kencana.

Ghulam, dipo mirza, Paramansyah, A., & Ernawati, E. (2020). Pengaruh Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung ( Studi Kasus Mahasiswa Ekonomi Syariah Iain Laa Roiba ). Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Islam, 2, 88–107.

Hanum, Z., & Hidayat, S. (2017). Faktor – faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian sepatu merek nike di kota medan. Jurnal Bisnis Administras, 06(01), 38.

Hutami, S. P. (2017). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap

Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY). Pengaruh Citra Merek, 65(9), 741–750.  
<https://doi.org/10.1007/s00106-016->

0261-4

Irawan, R., Nawangsih, & Bahtiar, R. (2019). pengaruh promosi, produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD.rasa Motor di lumajang. Jurnal Riset Manajemen, 2(1), 121–129. <http://jkm.stiewidyagamalumajang.ac.id/index.php/jrm>

Ita, W. E., Suparmono, & Muhammad, B. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. CAKRAWANGSA BISNIS, 1(1), 115–125.

Muammar, R., & Christine. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Word of Mouth Terhadap Customer Satisfiction Pada Produk Wallpaper ( Ud.Elegance Interior ). 6(1), 41–51.

Mulyono. (2018). Berprestasi Melalui Jip Ayo Kumpulkan Angka Kreditmu. Deepublish.

Onny, S., Elsa, simorangkir serepina, & Astri, purwati ayu. (2020). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Relationship Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk di PT Asaba Pekanbaru. Manajemen Studies and Entrepreneurship Journal, 1(1), 64–77.

Pianda. (2018). Kinerja guru: Kompetensi guru, Motivasi kerja dan kepemimpinan kepala sekolah. CV Jejak Publisher.

Primyastanto, M., & Lina, W. A. (2018). Ekonomi Produksi Perikanan dan Kelautan Moderen: Teori dan Aplikasinya. Universitas Brawijaya Press.

Purnomo, R. A. (2017). Analisis Statistik Ekpnomi dan Bisnis. Ed.2.Cet,Ke-3.

Purnomo, S. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan

Konsumen "Best Autoworks." Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis, 1(6), 755–764.

Putu, N. W. L., & Bayu, G. R. (2020). Peran citra merek memediasi pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan pembelian produk onlineshop zalora di denpasar. E-Jurnal Manajemen, 9(13), 785.  
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Ramadhani, Aprilinda, & Isnandscript. (2015). SPSS untuk UKM. Alex Media Komputerindo.

Siti, N. Iamah, Christine, limbong herawati, & Denny, ramadhan ammari. (2017). Pengaruh kualitas produk, citra merek, kepercayaan, kemudahan, dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce shopee.

Jurnal Ecobisma, 7(9), 1–58.

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

Sitompul, S. S., & Irvan. (2019). Analysis of the Effect of Brand Image, Features, and Prices on Xiaomi Smartphones' Purchase Decisions At Asia

Ponsel Pekanbaru. *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 7(3), 310–320.

Sriwahyuni, A. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Uin Raden Fatah Palembang.

Sufren, Y. N. (2015). Belajar Otodidak SPSS Pasti Bisa. Deepublish.

Sugiarto, S. D. (2015). Metode Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi. Gramedia.

Sugiono. (2015). Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Alfabet.

Sugiono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabet.

Suri, A., & Oloan, M, N. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas

Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.

Syarifudin, H., & Merry, P. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kinerja

Petugas Lapangan Terhadap Keputusan Pembelian Benih Sayuran (Studi Kasus Di 7 Kecamatan Kabupaten Cianjur). 1(2), 59–83.

Tambun, S., & Maranatha. (2020). Pengaruh Pengembangan Produk, Kualitas Produk Dan Strategi Pemasaran Terhadap Penjualan Pada Pt. Astragraphia Medan. 6(1), 137–144.

Wulanda, N., Wahab, Z., & Widad, A. (2019). Pengaruh Harga, Word of Mouth Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Memilih Event Organizer (Studi Kasus Di Un Production). Journal of Management and Business Review, 16(1), 50. <https://doi.org/10.34149/jmbr.v16i1.139>

Yitzhak, L. A., Willem, T. A. J. F., & Djurwari, S. (2015). Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado). Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 3(3), 99–108.

Yuliantari, K., & Widayati, K. D. (2020). Kualitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ABC. Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika, 18(1), 60–67.

Yusran, P. P. F., & Muhlis. (2020). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian di warkop 89 mamuju. 2(1), 128–131.

Yusri. (2016). Ilmu Pragmatik dalam Persepektif Kesopanan Berbahasa.

Deepublish.

Jumlah penjualan smartphone di Indonesia Periode 2022

tekno.kompas.com 'Pasar Smartphone Indonesia turun 12 persen'

Gambar PT. SAMSUNG ELECTRONICS INDONESIA

<https://gizmologi.id/news/pabrik-samsung-ekspor-8-juta-smartphone/>