

DAFTAR REFERENSI

- Alma, Buchari. 2016. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amilia, Suri. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol. 6, No. 1.
- Andi *et al.* 2019. The Influence of Celebrity Endorser, Product Quality, and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in Surabaya. *Journal of World Conference*.
- _____. 2020. Pengaruh Celebrity Endorser, Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Minat Beli Smartphone Asus Pada Mahasiswa Pelita Indonesia. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.8, No.1.
- Auliannisa dan Syahputra. 2017. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, Vol.10, No.2.
- Babin. BJ. 2016. *Multivariate Data Analysis*. 7th Edition. United States of America: Pearson Education Limited.
- Ben. *et al.* 2017. The Influence of Product Attributes on Consumer Purchase Decision in the Nigerian Food and Beverages industry: A Study of Lagos Metropolis. *Journal of Business and Management*, Vol.1, No.4.
- Budi. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan *Brand Ambassador* terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger pada Mahasiswa STIESIA Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Databoks. 2020. *Pengguna Smartphone di Indonesia*. Diunduh tanggal 22 juni 2020, databooks.katadata.co.id.
- Fahrezzy dan Trenggana. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, Vol. 17 No. 2.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta: Andi
- Ghozali, Imam. (2015). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- International data Corporation. 2020. *Pengapalan (jutaan unit) dan Pangsa pasar Smartphone di Indonesia*. Diunduh tanggal 16 juli 2020, www.idc.com.
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. 2016. *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____, dan Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing (17th ed.)*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Niar. 2019. Pengaruh Desain Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Mezora. *Jurnal Manajemen dan Bisns*, Vol. 3 No. 3.
- Putu, Ni dan Ketut, Seminari. 2019. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. *e-jurnal Manajemen*, Vol.4, No.6.
- Rawi. *et al.* 2020. The Influence of Social Media, Brand Image and Celebrity Endorser to Purchase Intention on Tokopedia. *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR) e-ISSN :2378-703X* Volume-4, Issue-7, pp-96-104
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (Edisi 6)*, Buku 2. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Shihab, Muchsin S. 2019. The Effect of Product Quality, Price, and Promotion on The Purchase Decisions of Telkomsel Service Products. *Journal of Innovative Science Research Technoloy*. Vol.4, No.9.
- Shimp, T.A. (2015). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Periklanan dan Promosi (Edisi 8)*. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suryani dan Hendryadi. 2016. *Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Yuniar, Hanna. 2018. Pengaruh Celebrity Endorsement (Chelsea Islan), Product Quality, dan Price melalui Brand Image terhadap Purchase Intention pada Konsumen Smartphone Oppo di Surabaya. *e-jurnal Manajemen*.