DAFTAR REFERENSI

Adrianto, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 55-61.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa,* Penerbit Alfabeta, Bandung.

Herawati, H., & Khoirotunnisa, K. (2022). Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains, 2(1), 24-33.*

https://amp.kompas.com/tekno/read/2022/03/23/07050067/idc-5-besar-vendor-smartphone-di-indonesia-2021-oppo-teratas

Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains),* 6(2), 422-426.

Muliasari, D. (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).

Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran*. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, dan Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th. Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Kevin Keller Lane. 2018. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.

Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Perkasa, D. H., Suhendar, I. A., Randyantini, V., & Andrini, E. (2020). The effect of electronic word of mouth (ewom), product quality and price on purchase decisions. *Dinasti International Journal of Education Management And Social Science*, 1(5), 695-706.

Priyanto, Dwi. 2014. SPSS 22: *Pengolahan data terpraktis*, Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. L. (2015). *Consumer Behavior* Edisi 11 Global Edition . England: Pearson Education Limited.

Septiano, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Mahasiswa S1 Akuntansi Padang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(9), 3097-3106.

Solihin, D. (2021*)*. The Influence Of Brand Image And Atmosphere Store On Purchase Decision For Samsung Brand Smartphone With Buying Intervention As Intervening Variables (Study on Samsung Experience Store Karawaci Customers). *International Journal of Social Science and Business, 5(2).*

Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alphabet.

Sumpu, N., & Tumbel, A. (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, 6(4).*

Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh harga produk, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone samsung di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(3), 919-928*.

Tjiptono, fandy. 2015 edisi 3. *strategi pemasaran*. yogyakarta: andi offset.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi Offset