

DAFTAR REFERENSI

- Alwiyah, F., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Maybelline Di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2017). *Principles of Marketing*. 17th red. New York.
- Donni Priansa. (2017). *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta
- Fadhli, K., Komari, M., Rahmatika, A. N. M., & Ismail, A. N. (2021). Pengaruh pelayanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan CV. AFCCO group jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(3), 855-864.
- Fandy, Tjiptono.(2017). *Service Management* mewujudkan Layanan Prima. Edisi 3. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Hardjono, H., & Wahyuni, I. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Handphone Samsung Galaxy Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Growth*, 17(1), 24-44.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Principle of Marketing*. Pearson
- Manuhutu, E. H., Alimudin, A., Wulandari, A., & Damayanti, E. (2021). The Effect of Product Innovation on Repurchase Intentions Mediated by Consumer Satisfaction of Oppo Smartphone Users. *Jurnal Ekonomi*, 21(2), 58-64.
- Panigrahi, S., Azizan, N. A. B., & Shamsi, I. R. A. (2021). Product innovation, customer satisfaction, and brand loyalty of using smartphones among university students: PLS–SEM approach. *Panigrahi, SK, Azizan, NAB, & Al Shamsi, IR (2021). Product Innovation, Customer Satisfaction, and Brand Loyalty of Using Smartphones Among University Students: PLS–SEM Approach. Indian Journal of Marketing*, 51(1), 8-25.
- Puspita, R., & Yunus, M. (2017). Pengaruh faktor sosial, citra merek dan kualitas produk terhadap kepercayaan merek serta dampaknya pada loyalitas pelanggan telepon selular (studi kasus pada pengguna Samsung Galaxy di kota banda aceh). *Jurnal Magister Manajemen*, 1(1), 46-58.
- Rizqullah, M. Z., & Sulaiman, S. (2021). Pengaruh Brand Awareness Dan Perceived Quality Terhadap Costomer Satisfaction Yang Dimediasi Oleh

Brand Equity Pada Pengguna Smartphone. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 6(2), 357-367.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, Wiratna. (2015). *SPSS Untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press

Suleman, D., Zuniarti, I.,et.al. (2021). The Effect Of Product Innovation On Samsung Galaxy Smartphone Product Purchase Decisions Through Brand Equity As Intervening Variables In The Tokopedia Marketplace. *Journal of Industrial Engineering & Management Research*, 2(5), 188-203.