

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of marketing*. Pearson Australia.
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: Teori, Penerapan, dan Riset Nyata*. Anak Hebat Indonesia.
- Kotler, N. (2000). Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Mowen dan Minor, M. (2012). Perilaku Konsumen Jilid 1, Edisi. Kelima (terjemahan), Erlangga, Jakarta.
- Muhajirin, M., & Panorama, M. (2017). PENDEKATAN PRAKTIS; Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif.
- Prawoto, B., & Basuki, A. T. (2016). Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis. Jakarta: Pt Rajagrafindo Persada.
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 624–634.
- Lisa, A. (2020). *Pengaruh Harga, Citra Merek (Brand Image) Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek OPPO di Kalangan Mahasiswa FEBI UIN Ar-Raniry Banda Aceh* (Doctoral dissertation, UIN AR-RANIRY).
- Rafiz, F. M., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2016). *ANALISIS PENGARUH PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL MEREK DAIHATSU (Studi Pada Konsumen Kendaraan Daihatsu Di PT. Jolo Abadi Authorized Daihatsu Dealer Malang)* (Doctoral dissertation, Brawijaya University).
- Siregar, S. Y. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Sedaap Instan Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sumatera Utara* (Doctoral dissertation, Universitas Sumatera Utara).
- SYARIFUDDIN, S., ILYAS, J. B., & SANI, A. (2021). Pengaruh Persepsi Pendidikan & Pelatihan Sumber Daya Manusia Pada Kantor Dinas Dikota Makassar. *Bata Ilyas Educational Management Review*, 1(2).

- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016). Pengaruh promosi, harga, dan desain terhadap keputusan pembelian sepeda motor mio gt (study empiris pada produk yamaha mio gt di weleri-kendal). *Journal Of Management*, 2(2).
- Alfaresi, B., Ardianto, F., Hurairah, M., Barlian, T., & Noverianty, R. (2020). Pengenalan Teknologi Telekomunikasi pada Generasi Muda dalam Menyongsong Era Baru Teknologi Generasi Kelima (5G). *Jurnal Gema Ngabdi*, 2(2), 161–169.
- Anis, L. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pembeli Dan Pengguna Laptop Lenovo Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2).
- Bulan, T. P. L., Rizal, M., & Akbar, W. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran, Celebrity Endorser Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Beat. *Jurnal Manajemen Inovasi*, 10(2).
- Erian, D. Pengaruh Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Kota Pontianak (Studi Kasus Aming Coffee Kota Pontianak). *Jurnal Manajemen Update*, 12(1).
- Hamidah, S., & Anita, D. (2013). Analisis persepsi citra merek, desain, fitur dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian produk handphone samsung berbasis android (studi kasus STIE Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi*, 21(04).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Akuntansi*, 4(2).
- Sari, R. L., Mandey, S. L., & Soegoto, A. S. (2014). Citra merek, harga dan promosi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian perhiasan emas pada PT. Pegadaian (Persero) Cabang Manado Utara. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(2).
- Septian, N. (2019). Strategi Pemasaran Pt. Huawei Dalam Meningkatkan Pangsa Pasar. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 3(1).
- Wulan, W. N. N., Suharyati, S., & Rosali, R. (2019). Analisis Pembelian Tidak Terencana Pada Toko Online Shopee. *jurnal ekobis*, 6(1), 54-71.