



## DAFTAR PUSTAKA



Anifah, SN & Prabowo, RE 2023. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone OPPO (Studi Pada Konsumen Smartphone OPPO di AAN Cell Kaliwungu)”, *Jesya*, vol.6(1), 147–155.

Business of Apps 2024, Pengguna Ponsel Pintar Indonesia tahun 2015 – 2023, diakses 27 Juni 2024, <https://www.businessofapps.com/data/indonesia-app-market/>

Cannon P. Joseph., William D. Perreault, & E. Jerome McCarthy, C. (2024). *Essentials of Marketing, A Marketing Strategy Planning Approach*, Edisi 18, Internasional Edition, United States: McGraw Hill.

Charan, A. (2024). *The Marketing Analytics Practitioner’s Guide*, Edisi 2, Singapore: World Scientific.

Creswell, J. dan Timothy C. Guetterman (2019). *Educational Research*, Edisi 6, United States: Pearson Education.

David R. Fred., Forest R. David, & Meredith E. David (2023). *Strategic Management A Competitive Advantage Approach Concepts and Cases*, Edisi 17, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education.

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*, Edisi 6, Semarang: Penerbit UNDIP.

Indrasari, M (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*, Edisi 1, Surabaya: Unitomo Press.

Hair, J. F., William C. Black., Barry J. Babin, & Rolph E. Anderson (2019). *Multivariate Data Analysis*, Edisi 8, United Kingdom: Cengage.

Helsar, O., Tobing, L & Setiawan, B 2020. “Pengaruh Persepsi Harga, Varian, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey Persepsi Mahasiswa IBIK Bogor)”, *Jurnal Manajemen Ilmiah Kesatuan*, vol.8(2), 95-104.

Instagram POCO\_id, Penjualan POCO X6 Series, diakses 23 Mei 2024, <https://www.instagram.com/p/C24NxMQr83e/?igsh=MXJhNHZvNTg4OHM5dg==>

Instagram POCO\_id, Fenomena *Fear Of Missing Out* POCO, diakses 27 Juni 2024, <https://www.instagram.com/p/C8tApt6qGne/?igsh=MW1udDltbDcycDM1bA==>

Kotler, P., Gary, A., & Sridhar, B (2023). *Principles of Marketing*, Edisi 19, Global Edition, United Kingdom: Pearson Education.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBIK Kian Gie Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Kotler, P., Kevin L. Keller, & Alexander, Chernev (2022). *Marketing management*, Edisi 16e, United Kingdom: Pearson Education.

Maulana, CA & Maskur, A 2023. “Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone di Kota Semarang”, *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, vol.5(1), 36–50.

Rumengan, G., Tumbel, AL., Djemly, W., & Tumbel, AL 2022. “Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Smartphone OPPO di Manado”, *EMBA*, vol.10(2), 40–50.

Schiffman, G. Leon. dan Joe, F. (2019). *Consumer Behavior*, Edisi 12, New Jersey: Pearson Education.

Schindler, S. Pamela (2022). *Business Research Methods*, Edisi 14, United States: McGraw Hill.

Sugiyono (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Edisi Ke 3, Bandung: ALFABETA.

Radjak, I. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan”, *JMBK*, vol.7(2), 1–11.

Tokopedia Xiaomi Official Store, Data Penjualan POCO 5G Series, diakses 10 Mei 2024, <https://tokopedia.link/6QWK6hGIgLb>

Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa*, Edisi Terbaru, Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Vindiana, AP & Lestari, F 2023. “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung pada Mahasiswa Institut Teknologi Indonesia” *Jurakunman (Jurnal Akuntansi Dan Manajemen)*, vol.16(1), 47-62.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.