

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung Alfabeta.
- Adrian Hidayat & Gustin Hartanto (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. Vol 1. No. 2
- Ayu Ardhillah Anwar (2013) Analisis Perspektif Stakeholder Terhadap Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR).
- Budiastari, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim di Jakarta. *Warta Semen Beton Indonesia* Vol. 10 No. 1.
- Ende, *et al.* (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Resiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. Vol. 9 No.2.
- Gita Medinna & Imanuddin Hasbi (2020). Pengaruh Brand Credibility, Brand Personality, Dan Endorsement Beauty Vlogger Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intevening Studi Kasus Pada Konsumen Produk Make Over Bandung. Vol. 4 No 1.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermanto, *et al.* (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Kondumen Produk Smartphone Xiaomi Studi Kasus di Jakarta Barat. *Business Management Journal*. Vol. 15 No. 1.
- Halimah Nur Alifa, Harrie Lutfie. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki Pada Kaos Kaki Pada PT. SOKA CIPTA NIAGA Pada Tahun 2018. *Manajemen Pemasaran*. Vol. 4 No. 2.

- Joel, G., *et al.* (2014). Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado. Vol. 2 No. 3.
- Kalele, B., *et al.* (2015). Pengaruh *Word of Mouth*, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria FU Pada PT. Sinar Galesong Mandiri. Vol. 3 No. 3
- Kusumawati, D., dan Saifudin. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Secara *Online* Saat Pandemi *Covid-19* pada Masyarakat *Millenial* di Jawa Tengah. JAB Vol. 6 No. 01.
- Kristiana, & Wahyudin. (2012). Pengaruh Atribut Produk terhadap Minat Beli Konsumen Isuzu Elf. Jurnal Ilmu Manajemen dan Akuntansi Terapan (JIMAT). 3-12.
- Kusdyah, Ike. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran, Vol. 7, No. 1, April 2012 Limited England.
- Kotler dan Keller. (2016). *Definisi pemasaran Jurnal*. Universitas Yohanes Dwi Kurniawan: Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Armstrong. (2012). *Principles Of Marketing. Fourteenth Edition. Pearson Education*.
- Lee, S. dan A. Illia dan A. Lawson-Body. (2011). *Perceived Price Fairness of Dynamic Pricing., Industrial Management and Data Systems*, 111(4): 531-550.
- Lestari, *et al.* (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Dampaknya pada Minat Beli Ulang Produk Mie Instant Sedaap, Jurnal Ilmu dan Budaya, Vol. 41 No. 63, Juli 2019.
- Malik,&Yaqoob,& Aslam. (2012). *The Impact of Price Perception, Service Quality, And Brand Image On Customer Loyalty (Study Of Hospitality Industry In Pakistan Interdisciplinary, Journal Of Contemporary Research In Business* Vol 4, No. 5.

- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Prakarsa, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen di Optik Sun's. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*. Vol.5 No. 1.
- Powa, G. A., *et al* (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *Jurnal EMBA*. Vol. 6 No. 3.
- Putu Ratnawati, Fanni Husnul Hanifa. (2019). Pengaruh *Event Marketing* Terhadap Minat Beli Mobil Daihatsu *All New Terios*. Vol 5 No.2 Agustus 2019.
- Pddikti (2018), *Statistik Pendidikan Tinggi, Pusat Data dan Informasi Ilmu Pengetahuan, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi*.
- Purnomo Edwin Setyo. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen *Best Autoworks*. Fakultas Manajemen Bisnis, Universitas Ciputra, Surabaya. Vol. 1 No. 6.
- Ramli, Samsul. (2014). Definisi Harga. www.maxmanmore.com. Sidoarjo.
- Radityo, R. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Perusahaan HenkyGlass & Craft Di Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Rini Indiriyani, Francy Iriani (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sriayu Martha Tilaar.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. Vol. XVII, No. 2.
- Sari, Ratna Dwi Kartika. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebelian pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Vol 1. No. 1.

- Sean Prakasa. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di Optic Sun's.
- Satria, A. A., (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen pada Perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*. Vol. 2 No. 1.
- Schiffman, L.G., & L.L Kanuk. (2013). *Perilaku konsumen*. Alih Bahasa: Zoelkifli Kasip. Jakarta: PT. INDEKS
- Sugiyono, P. D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Srikandi Kumadji, Sunarti, & Dita Putri Anggraeni. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Survei Pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan. Vol. 37 No. 1.
- Sri Yanthy Yosepha & Aprillia Darmansah. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur. *Fakultas Ekonomi, Universitas Dirgantara Marsekal Suryadarma*. Vol. 1. No. 1.
- Tjiptono. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Andi Ofset, Yogyakarta.
- Utami, Christina, Widhya. Deandra Vidyanata & Kevin Tan (2021). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Minat Beli Dengan Mediasi Brand Image. *Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 9 No. 2.
- Wicaksono. P. U., *et al* (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi Terhadap Citra Merek dan Minat Beli Serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian Kartu Perdana XL Axiata di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*. Vol. 6 No. 2017, ISSN (Online): 2337-3792.
- Yulia Hastuti & Afnina. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa*. Vol. 9 No. 1.

WEBSITE

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025> (Diakses Tanggal 11 Juni 2021). Penggunaan *Smartphone* diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025. 15 September 2020.

<https://mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone> (Diakses pada 11 Juni 2021). Kemeninfo 89% Penduduk Indonesia Gunakan Smartphone. 07 Maret 2021.

<https://tekno.kompas.com/read/2020/09/07/10072907/5-besar-vendor-ponsel-di-indonesia-kuartal-ii-2020-oppo-dan-vivo-geser-samsung> (Diakses Tanggal 1 April 2021). 5 Vendor Ponsel di Indonesia Kuartal II-2020, Oppo dan Vivo Geser Samsung. 07 September 2020.

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200602174956-37-162552/penjualan-samsung-huawei-oppo-anjlok-xiaomi-malah-naik> (Diakses Tanggal 31 Maret 2021). Penjualan Samsung, Huawei & Oppo Anjlok, Xiaomi Malah Naik. 02 June 2020.

<https://www.samsung.com/global/ir/financial-information/audited-financial-statements/> (Diakses Tanggal 31 Maret 2021).

<https://www.suara.com/tekno/2020/01/01/081500/terpuruk-di-2019-ini-daftar-kesalahan-samsung-di-indonesia?page=all> (Diakses Tanggal 30 maret 2021). Terpuruk di 2019, Ini Daftar Kesalahan Samsung di Indonesia. 01 Januari 2020.

<https://tekno.kompas.com/read/2019/11/14/12254257/idc-oppo-peringkat-pertama-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-iii-2019> (Diakses Tanggal 31 Maret 2021), Oppo Peringkat Pertama Pasar Smartphone Indonesia Kuartal III 2019. 14 November 2019.

<https://selular.id/2019/11/waspada-update-samsung-galaxy-a50-bermasalah/> (Diakses Tanggal 31 Maret 2021). Waspada Update Samsung Galaxy A50 Bermasalah, 18 November 2019.

<https://tekno.kompas.com/read/2019/09/11/18250047/baru-6-bulan-dijual-produksi-galaxy-a50-di-indonesia-sudah-dihentikan> (Diakses Tanggal 31 April 2021). Baru 6 bulan Dijual, Produksi Galaxy A50 di Indonesia Sudah Dihentikan. 11 September 2019.