

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS) – Alternative Structural Equation Modelling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. . Yogyakarta: Andi Offset.
- Adiwidjaja. (2017). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap keputusan pembelian sepatu converse. *Agora*, 5(2).
- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust . *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah Vol 4 No 1*.
- Aisyah, S. (2020). Manajemen Pemasaran. *Journal of Fakultas Ekonomi dan Bisnis UIN Sumatera Utara*.
- Amin, N., Rommy, & nur, A. (2018). Effect Of Brand Image And Price Perception On Purchase Decision.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187-5191.
- Angelina, R., & Jopie, J. (2016). he Effect of the price, promotion, location, Brand Image, and quality of products toward the purchase decision of consumers at bengkel gaoel store.
- Berlintina, P. (2019). Berlintina. Pengaruh Daya Tarik, Kepercayaan, Dan Keahlian Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian. *TECHNOBIZ: International Journal of Business*.
- Brian, S. (2020). *iPhone adalah Teknologi Smartphone Sempurna di Zaman Ini*. Diambil kembali dari Kompasiana: <https://www.kompasiana.com/briansambudi/5e894d9bd541df76a9272f32/iphone-adalah-teknologi-smartphone-sempurna-di-zaman-ini>
- Cristanti, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Brand Image, Kualitas Pelayanan Dan Label Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Outlet Gardena Yogyakarta. *PhD Thesis. Universitas Mercu Buana Yogyakarta*.

- Della, N., & Handayani. (2019). The Effect Of Brand Image, Quality Products And Price On Samsung Handphone Decision Purchase. *ABM: International Journal of Administration, Business and Management*, 1(1), 1-9.
- Dewi, E. N., & Nurvita, T. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Innisfree Di Indonesia. . *eProceedings of Management*, 7(2).
- Fajar, H. C. (2020). PENGARUH PERIKLANAN, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN DIGITAL PAYMENT OVO PADA MAHASISWA FEBI UIN RADEN FATAH PALEMBANG. *PhD Thesis. UIN Raden Fatah Palembang*.
- Febsri, S. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. 2019. *INA-Rxiv Papers*.
- Firmansyah, A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: DEEPUBLISH (Grup Penerbitan CV Budi Utama).
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planing & Strategy)*. Surabaya: CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali. (2015). Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris. BP Undip. Semarang Harnanto. 2017. *Akuntansi Biaya: Sistem Biaya Historis*. Yogyakarta: BPFE.
- Gofur, A. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*.
- Hair, E. (2017). *Multivariate Data Analysis, New International Edition*. . New Jersey: New Jersey : Pearson. .
- Hanifah, N., & Rahadi, D. R. (2020). ANALISIS PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMUTUSKAN. *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan*.
- Hardani. (2020). *Metode penelitian Kualitatif & kuantitatif*. Yogyakarta: Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Haryono, P. S. (2017). *In Metode SEM Untuk Penelitian Manajemen AMOS LISREL PLS*. Jakarta: PT. Luxima Metro Media.
- Hatmawan, A. A., & Widiasmara, A. (2017). Faktor–faktor yang mempengaruhi niat pada perilaku nasabah menabung di perbankan syariah dengan agama sebagai

- variabel kontrol. *Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, 2017, 5.2: 101-112.
- Heikal, M. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Harian Waspada Meda. *Journal Economic Management & Business*, 18.
- Hidayat, C. N., & Setiawati, C. I. (2021). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA. *e-Proceeding of Management : Vol.8, No.4 Agustus 2021, ISSN : 2355-9357*.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). PENGARUH ULASAN PRODUK, KEMUDAHAN, KEPERCAYAAN,. *Jurnal Manajemen Volume 6– Nomor 1*.
- Irfan, M., & Rachmawati, I. (2018). The Influence Of Brand Image And Product Price Towards Purchase Decision On Xiaomi Smartphone In Indonesia. *eProceedings of Management*, 5(3).
- Jumlah, S. (2021). *Smartphone Mejadi Kebutuhan Primer*. Diambil kembali dari Kompasiana:
<https://www.kompasiana.com/sitijumlah5826/6051d613e95df72749566c32/ketika-smartphone-menguasai-kehidupan>
- Kominfo. (2020). *Revolusi Industri 4.0*. Diambil kembali dari aptika.kominfo.go.id:
<https://aptika.kominfo.go.id/2020/01/revolusi-industri-4-0/>
- Kurniawan. (2018). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Bandung: Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kusmayati, N. K., & Adiyanto, M. R. (2020). THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND ADVERTISING ON HONDA BEAT PURCHASING DECISIONS. *EcoSocio :Jurnal Ilmu dan Pendidikan Ekonomi-Sosial, Volume 4, No. 1. Mei 2020, ISSN (2597-7806);ISSN (2597-7814)*.
- Limanseto, H. (2021). *Era Industri 4.0 Butuh Generasi Muda yang Kreatif, Adaptif, dan Inovatif*. Diambil kembali dari Ekon.go.id:
<https://ekon.go.id/publikasi/detail/3452/era-industri-40-butuh-generasi-muda-yang-kreatif-adaptif-dan-inovatif>

- Mubarok, M. M. (2018). Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Batik Jetis Sidoarjo dimediasi oleh Minat Beli. *INA-Rxiv Papers*.
- Muqqorobin, M. (2017). Pengaruh Indeks Pembangunan Manusia (Ipm) Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Provinsi Jawa Timur. *urnal Pendidikan Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Vol.5, No.3. Semarang*.
- Nasution. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Riset Sains Manajemen, 2(3), 91-96*.
- Nasution, A. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK ALAT. *Jurnal Warta Edisi : 59, ISSN : 1829-7463*.
- Natanel, S. (2021). ENGARUH IKLAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU ADIDAS PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN. *Repository UHN*.
- Ningsih, S. (2020). Pengambilan Keputusan Konsumen Terhadap Pemilihan Klinik Kecantikan. *Jurnal Manajemen, Ekonomi, Keuangan Dan Akuntansi, 1(2), 103–106*.
- Novansa, H., & Hapzi, A. (2017). Purchase decision model: Analysis of brand image, brand awareness and price (Case study SMECO Indonesia SME products). *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences, 2(8), 621-632*.
- Pane, D. N. (2018). ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEH BOTOL SOSRO (STUDI KASUS KONSUMEN ALFAMART CABANG AYAHANDA). *JUMANT, [S.l.], v. 9, n. 1, p. 13-25, july 2018. ISSN 2088-3145*.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Bandung: Alfabeta.
- Putri, D. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Jasa, Nilai Yang Dirasakan, Citra Merek, Melalui Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada PT. Pos Indonesia (Persero)). *Diponegoro Journal of Management*.
- Rachmawati, I., & Muhammad, I. (2018). The Influence Of Brand Image And Product Price Towards Purchase Decision On Xiaomi Smartphone In Indonesia. *eProceedings of Management*.
- Rita. (2019). BRAND IMAGE. *Faculty Member of International Marketing*.

- Rizal, A. (2021). *Daftar Smartphone Paling Inovatif Selama CES 2021*. Diambil kembali dari <https://infokomputer.grid.id/https://infokomputer.grid.id/read/122502388/daftar-smartphone-paling-inovatif-selama-ces-2021>
- Rizan, Nauli, & Saparuddi. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Produk Transformer PT. Schneider Indonesia. . *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta*.
- Rizki, A. G. (2019). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada e-commerce Shopee Indonesia (Survei pada mahasiswa S1 fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang membeli barang secara online di e-commerce). (*Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya*).
- Samsu. (2017). *Metode penelitian: teori dan aplikasi penelitian kualitatif, kuantitatif, mixed methods, serta research & development*. . Pusat Studi Agama Dan Kemasyarakatan (PUSAKA).
- Sari, D. P. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk merek eiger (kajian pada mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). (*Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta*).
- Sarwono. (2017). *Membuat Skripsi, Tesis dan Disertasi dengan Partial Least Square SEM (PLS-SEM)*. Yogyakarta: Andi.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Selemba Empat.
- Siregar, N., & Fadillah, H. (2017). PENGARUH PENCITRAAN, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA RUMAH MAKAN KAMPOENG DELI MEDAN. *Jurnal Manajemen Tools, SSN : 2088-3145*.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. . Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: CV Alfabeta.

- Suhardi, D., & Irmayanti, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen Vol 3, (1), 2019*, 53-62.
- Suryani, T. (2008). *Perilaku Konsumen: Implikasi pada Strategi Pemasaran, edisi pertama, cetakan pertama*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Vanesa, I., & Zainul, A. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 . (*Doctoral dissertation, Brawijaya University*).
- Wardana, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pada Produk Kosmetik Hijau Merek The Body Shop. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana ,4(5), 622-636*.
- Wibowo, & Priansa. (2017). *Manajemen Komunikasi Dan Pemasaran*. Bandung: Cetakan Ke- 1. Bandung: CV. Alfabeta.
- Widodo, A., & Yusiana, R. (2021). *Metode Penelitian Penentuan Metode Dengan Pendekatan Partial Least Square – Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. . Bandung: Bandung: Refika.
- Witama, A., & Keni, K. (2020). The Impact Of Brand Image, Perceived Price And Service Quality Toward Customer Satisfaction. In Tarumanagara International Conference On The Applications Of Social Sciences And Humanities (Ticash 2019) (Pp. 316-320). . *Atlantis Press*.
- Yunus, R. N. (2018). ANALISIS PENGARUH BAHASA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MAHASISWA UNIVERSITAS PEMBANGUNAN PANCA BUDI JURUSAN AKUNTANSI. *Jurnal Akuntansi Bisnis dan Publik, [S.l.]*, v. 9, n. 1, p. 13-20, nov. 2018. ISSN 2087-4669.
- Zainurossalamia. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Samarinda: Forum Pemuda Aswaja.

Zebuah, A. J. (2018). ANALISIS IDENTITAS MEREK, LOYALITAS MEREK, CITRA MEREK,. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 12, ISSN 1907-235X / e-ISSN 2597-615X.