

DAFTAR REFERENSI

- Agung Wijoyo, Delia Permata Sari, Annisa Aulia Rahmah, Brian Juanda Saragih, & Yosia Zepanya Damanik. (2023). Peran Sistem Informasi Manajemen Pemasaran di PT Pos Indonesia. *Sammajiva: Jurnal Penelitian Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 359–365. <https://doi.org/10.47861/sammajiva.v1i4.579>
- Alfatiha, R. A., & Budiatmo, A. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Du Cafe Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(4), 522–529. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28794>
- Ardiansa, R., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.934>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Agusta, R. P., & Dewi, C. K. 2020. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Widjie Coffee). Volume 6 No 3.
- Abdullah. (2020). Manajemen Pemasaran (Cet. II). Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Jakad media publishing.
- Dita Ayu Wardani et al. (2021). Pengaruh Brand Image, Word of Mouth, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Administrassi Bisnis*, X(2), 1041–1048.
- Edyansyah, T., Azis, N., Abubakar, R., & Khairina, A. (2022). *The Effect of Advertising and Sales Promotion Decisions for Purchases of Samsung Smartphone Products in the City of Lhokseumawe*. *Miicema 2019*, 611–618. <https://doi.org/10.5220/0010523900002900>
- Ghozali, S., & Arifin, S. (2021). *NALA*. 1(1), 35–40.
- Griffin, J. M., Rosenthal, J. L., Grodin, J. L., Maurer, M. S., Grogan, M., & Cheng, R. K. (2021). ATTR Amyloidosis: Current and Emerging Management Strategies: JACC: CardioOncology State-of-the-Art Review. *JACC: CardioOncology*, 3(4), 488–505. <https://doi.org/10.1016/j.jaccao.2021.06.006>
- Hasbi, H. S., & Apriliani, R. A. E. P. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE)*, 2(2), 365–371. <https://doi.org/10.32500/jebe.v2i2.1753>
- Huda, K., & Sholeh, R. (2019). Pengaruh Pelatihan, Motivasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT. Sumber Rukun Mandiri

- Mojokerto. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia*, 2(3), 369–381. <https://doi.org/10.31842/jurnal-inobis.v2i3.97>
- Hilton, R. W., & Platt, D. E. (2020). *Managerial accounting: creating value in a dynamic business environment*. McGraw-Hill.
- Hammam, S. A., & Emil, R. K. (2021). The effect of user experience, brand image, and trust on purchase decision in social commerce facebook. *Journal of Theoretical and Applied Information Technology*, 99(19), 4557–4568.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Indah Jauhari, & Dandy Kurnia. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Melalui Aplikasi E-Commerce Pada Generasi Milenial Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(2), 09–18. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i2.90>
- Khairina. (2016). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Bukti Fisik Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memilih Jasa Hotel Harun Square Di Kota Lhokseumawe. *Jurnal Visioner & Strategis*, 5(2), 9–16.
- Kotler Keller.(2009). Manajemen Pemasaran. In: Manajemen Pemasaran. In *Edisi Millenium, Jilid 1* (Vol. 1, Issue 2).
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, et al. (2018). *Marketing Management an Asian Perspective*. United Kingdom: Pearson Education.
- Kristianto, O., & Indrasari, M. (2022). Pengaruh Store Atmosphere dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Departemen Service Mitsubishi Motors Surabaya. *Soetomo Business Review*, 3(2), 268–284.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 3(1), 8–16. <https://doi.org/10.33019/hjmr.v3i1.1804>
- Mardia et al., 2021. Strategi Pemasaran. Medan. Yayasan Kita Menulis
- Meithiana, I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Issue september 2016).
- Nasrol, M., Edyansyah, T., Maimunah, S., & Biby, S. (2023). The Effect of Product Quality, Brand Image and Consumer Satisfaction on Consumer Loyalty Xiaomi Smartphones in Lhoksukon City Community. *International Journal of Social Science, Educational, Economics, Agriculture Research and Technology*, 2(7), 159-170.
- Osman, I. E., Mustika, A., & Budiono, A. (2020). Purchase Decision: Was It Affected by Product Innovation? (Purchases in Sour Sally Gandaria City South Jakarta). *TRJ Tourism Research Journal*, 4(2), 150-159.
- Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap

- Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, 18(1), 37. <https://doi.org/10.30813/bmj.v18i1.2829>
- Pradnyani, N. M. L. P., Laksmiana, M. J., Majid, S. A., & Suminar, R. (2022). *the Effect of Service Quality and Brand Airlines (Domestic Flight for the Period. 5778, 582–592.*
- Purwandari, A. T., Samijayani, O. N., Tsabitah, N., & Amalia, N. R. (2024). Pelatihan Strategi Pemasaran untuk UMKM Desa Pagelaran Banten. *Journal of Research Applications in Community Service*, 3(1), 9–18. <https://doi.org/10.32665/jarcoms.v3i1.2566>
- Renald, V., Rosyafah, S., & Noviandari, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Supravisual Mandiri Surabaya. *Benchmark*, 1(2), 105–113. <https://doi.org/10.46821/benchmark.v1i2.148>
- Rifai, W. A., & Sigit, M. (2022). Pengaruh Citra Merek , Sikap Konsumen , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone). *Jurnal Mahasiswa Bisnis & Manajemen*, 01(04), 15–29.
- Rohana, A. F., Dessy Syafitri, C., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Masyarakat di Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 259. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i3.17642>
- Sahabuddin, R., Maulana Arif, H., Dg Manai, S., Suryani, D., & Sabirin, A. (2023). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Buying Interest of Wizzmie Consumers in Makassar City. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (JIMBI)*, 4(2), 230–237. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v4i2.2775>
- Sari, S. P. (2020). Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 8(1), 147. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v8i1.4870>
- Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De’lucent Paint. *CiDEA Journal*, 2(1), 24–37. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775>
- Setiawan, R. D., & Lestari, W. D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Rds Phone Store Di Surakarta. *Value*, 4(1), 167–184. <https://doi.org/10.36490/value.v4i1.742>
- Setiyana, Yusi, S. W. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Honda Vario (Studi Pada Dealer Cm Jaya Kota Rembang). *Prosiding SENDI_U*, 476–483.
- Siregar, W. V., Hasibuan, A., Muhammad Sayuti, & Cindenia Puspasari. (2023).

- Edukasi Pemanfaatan Digital Marketing bagi Pelaku Industri. *Mejuajua: Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 3(2), 37–41. <https://doi.org/10.52622/mejuajuaabdimas.v3i2.100>
- Sonny Rohimat, Solfarina Solfarina, Samsiah Samsiah, Fajar Izza Ramdhani, Raisya Fitri, & Nisa Aliyah. (2023). Workshop Pengenalan Gimkit untuk Asesmen Formatif Mode Game Online. *Jurnal Nusantara Berbakti*, 1(4), 221–229. <https://doi.org/10.59024/jnb.v1i4.266>
- Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *AL-MULTHAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 1(1), 25–38.
- Sulfemi, W. B. (2019). *Manajemen Pendidikan Berbasis Multi Budaya*.
- Sumaryanto, S., Widajanti, E., & Susanti, N. I. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Excellent*, 9(1), 93-110.
- Sawhani, D. K., & Se, M. (2021). *Digital marketing: brand images*. Scopindo Media Pustaka.
- Sugiyono, S., & Lestari, P. (2021). Metode penelitian komunikasi (Kuantitatif, kualitatif, dan cara mudah menulis artikel pada jurnal internasional).
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Sualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tamara, S., Alie, J., & Wadud, M. (2021). The effects of brand image and price on purchase decision of vivo smartphones in Pampangan District. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 2746-4040.
- Webber, A. L., Wood, J. M., & Thompson, B. (2016). Fine motor skills of children with amblyopia improve following binocular treatment. *Investigative Ophthalmology and Visual Science*, 57(11), 4713–4720. <https://doi.org/10.1167/iovs.16-19797>
- Widodo, S., & Suryosukmono, G. (2021). Spiritual leadership, workplace spirituality and their effects on meaningful work: Self-transcendence as mediator role. *Management Science Letters*, 11, 2115–2126. <https://doi.org/10.5267/j.msl.2021.2.016>
- Yusda, D. D., & Bakti, U. (2024). The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on Purchase Decisions to iPhone Products in Bandar Lampung. *International Journal of Economics, Business, and Entrepreneurship*, 7(2), 133-146.
- Zendrato, E. K., Laia, O., Waruwu, M. H., & Mendrofa, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone VIVO di Transcom Gunungsitoli. *Jurnal Ilmiah Metansi (Manajemen Dan*

Akuntansi), 7(1), 150–155. <https://doi.org/10.57093/metansi.v7i1.261>.