

DAFTAR PUSTAKA

- A. Fatma dan Rangga W. 2021. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Samsung Di Sumatera Barat). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(1). 47-56. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v3i1.75>
- Alma, Buchari. 2018. *Pengantar Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi CV Alfabeta. Bandung.
- Amrita, Widya. 2023. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Perceived Quality*, *Brand Associations*, *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone Apple* Pada Konsumen Di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*. 3(1). 130-136. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v3i1.2355>
- Amron. 2018. *The Influence Of Brand Image, Design, Feature And Prive On Purchasing Decision Of Apple IOS Smartphone In Surakarta Indonesia. The International Journal Of Social Sciences And Humanities Invention* 5(12). 39-49. 5187-5191. <http://dx.doi.org/10.18535/ijsshi/v5i12.15>
- Anang, Budi. 2018. *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Andira, Nora. 2021. *The Effect of Brand Image, Brand Awareness, Word of Mouth and Brand Page on Purchase Decision of Xiaomi Smartphone on Social Media. International Journal Social Sciences Research*. 6(4). 235-244. [https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4\(4\)](https://doi.org/10.35609/jmmr.2021.6.4(4))
- Ardianti, Citra dkk. 2020. Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Di Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Teknologi Sumbawa Angkatan Tahun 2016-2018). *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. 3(2). 1-9. <https://doi.org/10.37673/jmb.v3i2>
- Arianty. 2021. Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian *LTD Helm* (Studi Kasus Pada Mahasiswa UMSU). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. 4(1). 39-49. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Budi dkk. 2021. Strategi *Marketing* Belah Doeren Melalui *Digital Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi *Brand Image*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 7(1). 120-136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Dairina, Laila. 2022. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Kawasan Bandar Lampung. *Jurnal At-Tawwasuth*. 7(1). 118-134. <http://dx.doi.org/10.30829/ajei.v7i1.10586>

- Desriani dkk. 2018. Pengaruh *Green Product* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Oriflame Di Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. 6(4). 4063-4072. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21967>
- Dian dkk. 2021. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Hand and Body Lotion* Merek Citra. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah*. 4(1). 120-136. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.277>
- Dian, Muhammad. 2018. Pengaruh *Word Of Mouth*, Minat Konsumen dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*. 7(1). 118-135. <https://doi.org/10.30737/ekonika>
- Dianah, Nur. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah*. 7(1). 16-26. <https://doi.org/10.26460/jm.v7i1.240>
- Dika, I Gusti. 2021. *The Effect Of Brand Image, Brand Awareness and Brand Association On Smartphone Purchase Decisions (Case Study In Denpasar)*. *American Journal Of Humanities and Social Sciences Research*. 5(6). E-ISSN:2378-703X.
- Dwiyanti, Eris dkk. 2018. Pengaruh Persepsi Kualitas, Nama Merek dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci Rinsol Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Angkatan 2014 Universitas Muhammadiyah Jember. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*. 8(2). 148-163. <https://doi.org/10.32528/jsmbi.v8i2.1786>
- F, Vanny dan Eman S. 2022. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Bullshirt Incorporated Store*. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*. 24(2). 422-432. <https://doi.org/10.30872/jfor.v24i2.10837>
- Habibah dkk. 2018. Pengaruh *Brand Image* dan *Celebrity Endorser* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Pada Perempuan Muslim Di Kota Bogor). *Jurnal Ekonomi Islam*. 7(2). 233-261. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v7i2>
- Kardinah dkk. 2021. Dampak *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal Of Technopreneurship on Economics and Business Review*. 2(2). 75-87. <https://doi.org/10.37195/jtebr.v2i2.68>
- Kotler dan Keller. 2018 *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Yogyakarta

- Kotler dan Keller. 2018. *Marketing Management*. 15th edit. Pearson Education.
- Kotler, Phillip and Gery Armstrong. 2018. *Principle of Marketing. 17e Global Edition, Pearson Education Limited. United Kingdom. CM17NA*.
- Kotler, Phillip dan Keller. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-15, Jilid 1&2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2019. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Lusia, Siska dkk. 2018. Pengaruh *Brand Awareness* dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Chicken Nugget Fiesta* Di Kota Padang. *Jurnal Agrica*. 11(2). 70-78. <https://doi.org/10.31289/agrica.v11i2.1831>
- M, Indriany. 2018. *The Influence Of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness On Consumer Purchase Intention Apple Smartphone*. *Journal International Conference on Web Information, System and Technologies*. 1(1). 1562-1570. <https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2961>
- Miati, Iis. 2020. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara Vokasi Administrasi Bisnis*. 1(2). 71-83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>
- R. Arienda dan Erny R. 2022. *The Influence Of Brand Awareness, Brand Association, Brand Image and Word Of Mouth On Samsung Smartphone Purcahse Decisions*. *International Journal Of Research In Business and Social* 5(4). 73-86. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Ramadayanti, Firda. 2019. Peran *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone Vivo*. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis*. 6(2). 78-83. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v6i2.6690>
- Sugiyono. 2018. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta (Edisi 3, Cetak 2).
- Viani dkk. 2018. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Samsung Andorid* di Gerai *IT Center Manado*. *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6(4). 54-61. <https://doi.org/10.35797/jab.v6.i004.54-61>
- Warsak dkk. 2018. Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Herbalife* (Studi Kasus Pada Lima *Nutrition Club Manado*). *Jurnal*

Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 6(3). 1608-1617.
<https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21967>

Wua dkk. 2019. Pengaruh *Brand Ambassador* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. TELESINDO SHOP Distributor Utama Telkomsel Di Manado. Jurnal Riset, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi. 7(3). 3139-3148. <https://doi.org/10.35794/emba.v7i3.24200>

Sumber Lain:

<https://statista.com>. “*Number Of Smartphone Users By Leading Countries In 2021*”. Diakses pada 14 Juli 2022 pukul 20:09 WIB.

<https://tekno.kompas.com>. “*Sejarah Infinix, Brand Yang Punya “Hubungan Darah” Dengan Tecno*”. Diakses pada 14 Juli 2022 pukul 21:34 WIB.

<https://infokomputer.grid.id>. “*Strategi Infinix Tembus Lima Besar Vendor Hp Terlaris Di Indonesia*”. Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 12.33 WIB.

<https://tekno.kompas.com>. “*Lima Besar Merek Smartphone Di Indonesia, Infinix Menggeser Realme*” Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 13.00 WIB

<https://oppo.com>. “*Oppo Raih Top Brand Award 2021 Kategori Smartphone*”. Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 13.15 WIB.

<https://tekno.kompas.com>. “*Top Brand Index Smartphone Di Kota Bandung Tahun 2021*”. Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 14.00 WIB.

<https://teknoreview.net>. “*Data Pangsa Pasar Smartphone 2021*”. Diakses pada 15 Juli 2022 pukul 15.11 WIB.