

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, 9(2), 55–61. <https://core.ac.uk/reader/490591500>
- Afif, Z., Azhari, D. S., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian Ilmiah (Kuantitatif) Beserta Paradigma , Pendekatan , Asumsi Dasar, Karakteristik, Metode Analisis Data Dan Outputnya. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(3), 682–693. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APenelitian>
- Aisyah, S. (2022). Analisis Peranan Auditor Internal Terhadap Fungsi Pemasaran(Promosi) Pada Hotel Transit Syariah Medan. *Accumulated Journal (Accounting and Management Research Edition)*, 3(2), 198. <https://doi.org/10.22303/accumulated.3.2.2021.198-206>
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Amalia, R. (2024). *Pendirian Perusahaan Samsung di Berbagai Negara sebagai Upaya Ekspansi Pembaruan Teknologi*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/rizkyamaliap/65fd3b09de948f7620758dc4/pendirian-perusahaan-samsung-di-berbagai-negara-sebagai-upaya-ekspansi-pembaruan-teknologi>
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. *Jurnal IHSAN: Jurnal Pendidikan Islam*, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Baihaqi, A. I., Ikaningtyas, M., & Nirawati, L. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda Beat. *Jurnal Bisnis Indonesia*, 13(1), 60–68. <https://doi.org/10.33005/jbi.v13i1.3075>
- Bestari, N. P. (2024). *Arti Samsung Banyak yang Belum Tahu, Bukan Nama Orang*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20240222071918-37-516592/arti-samsung-banyak-yang-belum-tahu-bukan-nama-orang>

- Cho, W. C., Atukeren, E., & Yim, H. (2023). Overseas Market Expansion Strategy of the Global Electronic Components Company Based on the AHP Analysis of Factors in Technology, Organization, and Environment Context: A Case of Samsung Electro-Mechanics. *Systems*, 11(11). <https://doi.org/10.3390/systems11110532>
- Ci, A. M., & Raymond. (2021). Rumah Di Golden City Residence Kota Batam. *Scientia Journal*, 3(2), 1–10.
- Degenhard, J. (2025). *Ranking of the number of Smartphone users by country 2024*. Statista. <https://www.statista.com/forecasts/1146962/Smartphone-user-by-country>
- Djaali. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Editor. (2024). *TOP Brand Smartphone di Indonesia 2024*. GoodStats. <https://goodstats.id/infographic/top-brand-Smartphone-di-indonesia-2024-gpCcw>
- Fadhlurrahman, I. (2024). *Daftar Negara dengan Populasi Terbanyak di Dunia September 2024*. Kata Data. <https://databoks.katadata.co.id/demografi/statistik/c55d4e9e4d1f749/daftar-negara-dengan-populasi-terbanyak-di-dunia-september-2024>
- Fauzi, R. U. A., & Permata, Z. I. D. (2024). *Analisis Keputusan Pembelian*. Ruang Karya Bersama.
- Gischa, S. (2023a). *6 Metode Penetapan Harga (Methods of Price Determination)*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/08/01/120000169/6-metode-penetapan-harga-methods-of-price-determination?page=all>
- Gischa, S. (2023b). *Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>
- Gischa, S. (2024). *Penetapan Harga: Faktor dan Strateginya*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2024/09/25/180000769/penetapan-harga--faktor-dan-strateginya?page=all>
- Kadi, D. C. A. (2024). *Manajemen Produk & Merek*. Ruang Karya Bersama.
- Kristo, F. Y. (2022). *Arti Nama Samsung dan Siapa Penggagasnya, Biar Nggak Penasaran*. Detikcom. <https://inet.detik.com/consumer/d-6175897/arti-nama-samsung-dan-siapa-penggagasnya-biar-nggak-penasaran>

- Kuntopati, B. T., & Irawan, I. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Produk *Smartphone* Oppo (Studi Kasus Mahasiswa/Mahasiswi Lp3i Depok). *Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 4(1), 341–353. <https://doi.org/10.37012/ileka.v4i1.2157>
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 1(1), 128–136.
- Lashand, A. (2024). *The Samsung Logo: 'Simple, iconic, timeless.'* Looka. <https://looka.com/blog/samsung-logo/>
- Lavinda. (2023). *Samsung Jadi Smartphone Paling Laris di Indonesia Kuartal I 2023*. Kata Data. <https://katadata.co.id/digital/gadget/647dc63aad152/samsung-jadi-smartphone-paling-laris-di-indonesia-kuartal-i-2023>
- Majid, A., & Qadar, M. (2021). *Analisis Data Penelitian Kuantitatif*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370–1385. <https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>
- Melati. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Ngabiso, F., Radji, D. L., & Kango, U. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua (Studi Pada Konsumen Amdk Merek Aqua Di Kota Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(1), 1–12. <https://doi.org/10.37479/jimb.v4i1.10453>
- Nisa, A. L., & Kusuma, Y. B. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Es Teh Indonesia (Studi Kasus Generasi Z di Kota Surabaya). *Seiko : Journal of Management & Business*, 6(1), 473–483. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3917>
- Nugroho, A., Rosita, Y. D., & Ardiantoro, L. (2023). Rancang Bangun Sistem Informasi Home Service Berbasis Mobile. *Seminar Nasional Fakultas Teknik*, 2(1), 30–35. <https://doi.org/10.36815/semastek.v2i1.119>
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada *Smartphone* Samsung Galaxy a10S. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 223–249. <https://jurnalekonomi.unsla.ac.id>

- Okhtavia, R., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Olahraga NIKE (Studi Pada Pengguna Sepatu Olahraga NIKE di Kota Kendal). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 4(3), 357–369. <https://doi.org/10.37531/sejaman.vxiv.357>
- Oktaviani, I., & Pujiyanto, R. (2022). *Ekonomi Manajemen : Ekonomi Manajerial*. Pustaka Baru Press.
- Pambela, S. W. P., & Waluyo, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang Smartphone Xiaomi. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Informatika (JTMEI)*, 2(4), 198–211.
- Pasha Ashari, A., Hardiyono, H., & Fadilah Aswar, N. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Makassar. *MANDAR: Management Development and Applied Research Journal*, 3(1), 18–32.
- Popal, Nabila, Bryan Ma, Ryan Reith, M. S. (2024). *Worldwide Smartphone Market Up 7.8% in the First Quarter of 2024 as Samsung Moves Back into the Top Position, According to IDC Tracker*. IDC. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS52032524>
- Prakoso, Z., & Rusdianto, R. Y. (2023). Universitas Pembangunan Nasional "Veteran. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3615–3632. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Putri, V. K. M. (2023). *7 Pengertian Pemasaran Menurut Para Ahli*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/01/12/100000869/7-pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli>
- Ramadhanti, R. D., & Samsudin, A. (2024). Pengaruh Celebrity Endorser, Citra Merek Dan Testimoni Terhadap Minat Beli Produk Somethinc Di Surabaya. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 5(2), 4890–4901.
- Restiawan Permana, & Yusmawati. (2022). Semiotika Visual Logo Bumbu Bamboe dan Perannya Sebagai Identitas Perusahaan. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 8(1), 96–103. <https://doi.org/10.30738/sosio.v8i1.11807>
- Salmaa. (2022). *Cara Membuat Penelitian Terdahulu*. Deepublish. <https://penerbitdeepublish.com/penelitian-terdahulu/>

- Satria, R., & Imam, D. C. (2024). Pengaruh Motivasi dan Disiplin Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(7), 5490–5500. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i7.3020>
- Sudaryana, B., & Agusiady, R. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Sukmawati, A., & Gischa, S. (2023). *Pengertian Harga Menurut Ahli: Tujuan, Jenis dan Contohnya*. Kompas. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/03/16/060000469/pengertian-harga-menurut-ahli-tujuan-jenis-dan-contohnya>
- Supriyatna, Y. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Desain Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Yamaha Mio Di Kota Cilegon). *Sains Manajemen*, 6(1), 36–50. <https://doi.org/10.30656/sm.v6i1.2097>
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk *Smartphone oppo* di manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 919–928. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>
- Syahrani, M. (2023). *10 Negara Dengan Pengguna Smartphone Terbanyak Di Dunia, Indonesia Masuk Daftar!* GoodStats. <https://goodstats.id/article/10-negara-dengan-pengguna-Smartphone-terbanyak-di-dunia-indonesia-masuk-daftar-fDv25>
- Tulong, D. R. P., Areros, W. A., & Tamengkel, L. F. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Verel Bakery & Coffee. *Ejournal.Unsrat.Ac.Id Productivity*, 3(1), 36–40. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/37987>
- Vindiana, A. P., & 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)*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>
- Werdani, R. E., Kurniawati, N. I., & Mashudi. (2022). *Strategi Pemasaran*. Pustaka Rumah C1nta.
- Winata, S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Biskut Khong Guan (Studi kasus mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Prodi Manajemen). *Journal Binary Digital - Technology*, 3(2), 65–72.

Yohana Walangitan, B., Dotulong, L. O., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Diskon Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Konsumen Untuk Menggunakan Transportasi Online (Studi Pada Konsumen Maxim Di Kota Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(4), 511–521.