

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, A., Hamidah, D., & Burhani, I. (2019). Studi Komparasi Tingkat Kepercayaan Diri (Self Confidence) Siswa antara Kelas Homogen dengan Kelas Heterogen di Sekolah Menengah Atas. *Jurnal Psikologi IAIN Kediri*, 3(1), 43-53.
- Al Sukri, S. (2020). *BASIC Marketingstrategykonsep Marketing Mix Dan Ekuitas Merek*.
- Alamsyah, N., & Saino, S. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. *AKUNTABEL*, 18(4), 624-634.
- Amilia, S. & M. O. A. N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan, Vol 6, No 1*.
- Andriani, T. (2016). Sistem pembelajaran berbasis teknologi informasi dan komunikasi. *Sosial Budaya*, 12(1), 117-126.
- Armayani, A., & Jatra, I. M. (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 8(8), 5222-5239.
- Astari, M. K. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember*.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian HP Merek Oppo di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 5(1), 61-75.
- Dalam, L. B., Oppo, S., Oppo, M., & Oppo, S. (2008). *BAB I*. 1–27.
- Deisy, M., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. (2018). Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai–Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Dkk, F. (2018). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di JCO Manado. *Jurnal EMBA Vol.3 No.1 Maret 20158, Hal.367-377*.
- Ermalina, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Telepon Pintar. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 3(1), 11-20.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148-159.
- Fatimah, F. (2016). Pengaruh Penerapan Strategi Pemasaran Syariah Terhadap Keputusan Belanja Pada Sebuah Ritel Di Desa Balung Lor Balung-Jember. *Jurnal EKTASI Ekonomi, Akuntansi Dan Organisasi*, 2.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-13.
- Fermayani, R. (2018). *Jurnal Marketing_Submit. Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Dettol Body Wash Di Kota Padang*, 2(2011), 107–110. ejournal.bsi.ac.id
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. UNDIP.
- Gifani, A., & Syahputra, S. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Majalah Bisnis & IPTEK*, 10(2).
- Hamidah. (2019). *Manajemen Keuangan* (Edisi 1). Mitra Wacana Media.
- Handayani, S., & Martini, I. (2017). Online Marketing Memoderasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Produk Sulam Pita Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Empiris Pada Konsumen Produk Unggulan UMKM Di Semarang). *Jurnal Ilmiah STIE Dharmaputra Semarang*, 1(1), 71-91.
- Hersona, S. I. S. (2017). Motivation and Work Discipline on Employees ' Performance. *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, 15(3).
- Image, P. B., Dan, K. P., Terhadap, H., & Pembelian, K. (2021). *PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE*

- OPPO (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMP Purwokerto).*
- Isfahila, A., & Fatimah, F. (2018). Pengaruh Harga, Desain, Serta Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 8(2).
- J. Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan*. Erlangga.
- Khoirunnisa, & Dwijayanti, R. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Fitur Produk, dan Promosi Cashback Terhadap Minat Mahasiswa Menggunakan Aplikasi ovo Sebagai Alat Transaksi Belanja. *Tata Niaga (JPTN)*, 8(3), 979–984.
- Klarisa, N. dkk. (2012). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Swalayan Maxi Balikpapan*.
- Kotler, P. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. (Alih Bahas). Erlangga.
- Kotler, P. and G. A. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jilid 1. E). Erlangga.
- Lutfillah, V., Fatimah, F., & Hafidi, A. H. (2018). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Merek a3 Fresh 02(Studi Kasus pada CV. Karunia Jaya Bondowoso)*.
- Malasi, J. M. (2012). Influence of Products Attributes on Mobile Phone Preference Among University Students: A Case of Undergraduate Students. *International Journal of Academic Research in Economics and Management Science*, 1(6): Pp: 20-14. (2012).
- Minat, T., Produk, B., & Oppo, S. (2016). $(5,861 > 1,984)$, variabel citra merek, dengan arah positif serta T.
- Mohamad, R., & Rahim, E. (2021). Strategi bauran pemasaran (marketing mix) dalam perspektif syariah. *MUTAWAZIN. (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 2(1), 15-26.
- Nuraeni, Y., Martasya, M., & Aufa, A. (2022). Analisis Produktivitas pada Pendapatan PT BMT OPPO Manufacturing Indonesia Terhadap Penjualan Smartphone OPPO pada Tahun 2019-2021. *Jurnal Akuntansi*, 6(1), 701-704.
- Nurhayati, S. (2017a). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 4(2).
- Nurhayati, S. (2017b). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN: 2252-5483, IV(2)*, 60–69.
- Puspita Ardi, D. A. (2013). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(1): Pp:11-5.
- Rosalina, M., Qomariah, N., & Sari, M. I. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Oppo Smartphone. *Jurnal Penelitian IPTEKS*, 4(2), 161-174.
- Sari, R. P., & Seprianto, S. (2018). Analisis kemampuan multipel representasi mahasiswa FKIP Kimia Universitas Samudra Semester II pada materi asam basa dan titrasi asam basa. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia*, 6(1), 55-62.
- Seprianto, S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone Di Kota Padang. *Jurnal Marketing*, 1(1), 67-73.
- Sipayung, T., & Syahreza, B. (2021). Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar). *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 3(1), 1-14.
- Sriningsih, N. W., & Patrikha, F. D. (2020). Strategi Promosi Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Moderasi Kepercayaan Di Marketplace Shopee. *Tata Niaga (JPTN)*, 8(3).
- Sugiyono. (2011). *Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh harga dan iklan terhadap keputusan pembelian smartphone Oppo di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450-457.
- Tampubolon, V. (2018). *Pengaruh Lokasi, Harga dan Fasilitas Terhadap Keputusan dalam Memilih Jasa Rumah Kos pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Universitas Sumatera Utara.
- Tjiptono, F. (2018). *Strategi pemasaran (Promosi, Iklan, Media Sosial, Kompetitif, Market, Distribusi, Pelanggan, Pasar, Branding, Produk, Harga)*.
- Triwahyuni, N. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

- Handphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI Kendiri. *Manajemen*, 1, 2–15.
- Wicaksono, S. Y., & Mashariono, M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(7).
- Widia, N., & Faroh, W. N. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Outlet Happy Cell Pamulang-Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(4), 514-.
- Yulianingsih, T., Verawati, D. M., & Novitaningtyas, I. (2022). . KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI REDMI NOTE 10 5G DI ERA PANDEMI COVID-19 (Studi pada Mahasiswa Universitas Tidar). *JRMA (Jurnal Riset Manajemen Dan Akuntansi)*, 10(2), 142-152.

