

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Coffee di Resinda Park Mall Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, EKonomi, Dan AKuntansi)*, 5(2), 2024–2045.
- Daga Rosnaini, SE., MM (2017). Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan. *Global Research And Consulting Institute*, 1-285.
- Ende, & Kusuma, J. W. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. *Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 180–197.
- Fauziah, N., Abdul, D., & Mubarak, A. (2019). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan*. 8(1), 37–44.
- Gultom, H. C., Ranandaru, R., & Puspitasari, R. H. U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Minat Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus pada Mahasiswa FEB Universitas PGRI Semarang) tahun 2021. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi (JEMA)*, 2(2), 32–39.
- Hermansyah. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Atribut Produk Terhadap Minat Beli Handphone Merek Oppo. *FOKUS : Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa, Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang*, 19(1), 104–111. <https://doi.org/10.51826/fokus.v19i1.485>
- Hermanto, & Saputra, R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Italia, & Islamuddin. (2021). Pengaruh promosi, kualitas produk dan brand image terhadap minat beli handphone merek nokia. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (Jmmib)*, 2(1), 1–13.

- Manten, N. M. E. K. S., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2021). Pengaruh Country Of Origin, Brand Image dan Perceived Quality Terhadap Minat Beli Smartphone Oppo. *Unram Management Review*, 1(1), 22–34.
- Marpaung, N. N. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepatu Ando (Studi Kasus Di Kota Bekasi 2020). *Parameter*, 5(2), 27–40. <https://doi.org/10.37751/parameter.v5i2.147>
- Norbaiti, & Rahmi, W. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, 1(2), 80–91. <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i2.96>
- Nst, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan *Manajemen & Bisnis*, 14(2), 135–143.
- Oktavianti, S. (2018). Analisis Tingkat Kualitas Produk dan Tingkat Pelayanan Kentucky Fried Chicken (KFC) Cabang Palembang Trade Centre. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*, 16(4), 203–211. <https://doi.org/10.29259/jmbs.v16i4.7666>
- Putri, D. L., Nurmansyah, & Aznuriyandi. (2011). *Pengaruh Citra Merek , Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Lancang Kuning.*
- Putri, D. L., Nurmansyah, & Aznuriyandi. (2021). pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Studi pada Mahasiswa Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 219–224.
- Salfina, L., & Gusri, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Engaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Erhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Kasus Toko Rizky Dan Afdal Pariaman. *Indovisi*, 1(1), 83–104.
- Septianto, G. W., Diponegoro, U., & Diponegoro, U. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Hypermart Paragon Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 174–184.
- Siska, A. J., & Zulhadie, I. (2020). Analisa Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk Xiaomi (Studi Kasus pada Mahasiswa STIE HAS Bukittinggi). *JUSIE (Jurnal Sosial Dan Ilmu Ekonomi)*, 5(01), 1–14. <https://doi.org/10.36665/jusie.v5i01.235>
- Sitorus, C. V., Maolana, A., & Se, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone Di Bandug Tahun 2019. *E-Proceeding*

of Applied Science, 5(2), 637–644.

Stella. (2021). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Minat Beli di Sociolla di Jakarta. *Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5(6), 611–616.

Sugiyanto, & Maryanto, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Esa Unggul Pengguna Iphone. *PAPATUNG: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan Dan Politik*, 4(2), 10–23. <https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.453>

Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*.

Zainuddin, D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image terhadap Minat Beli Motor Matik. *Sosio E-Kons*, 10(3), 220–227. <https://doi.org/10.30998/sosioekons.v10i3.2902>

