

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, N. A. R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pelanggan IM3 Madiun). *Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi Komputer*, 3(2), 281–288.
- Afrida, R., Yacob, S., & Sari, N. (2020). Membangun loyalitas pelanggan melalui kualitas produk dan citra merek (studi pada pelanggan Oppo Jambi). *Jurnal Dinamika Manajemen*, 8(1), 7–16. <https://doi.org/10.22437/jdm.v8i1.16829>
- Agiesta, W., Sajidin, A., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Ka Lokal Bandung Raya. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi)*, 5(2), 1653–1664.
- Ainun, J. (2020). *Pengguna Ponsel di Indonesia Bakal Mencapai 89 Persen Populasi pada 2025*. 2020. www.goodnewsfromindonesia.id
- Andrian, W., & Fadillah, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Pengalaman Merek, Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Airasia. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 2(1), 53–60. <https://doi.org/10.37641/jipkes.v2i1.586>
- Anggarini, D. R., & Permatasari, B. (2020). Impluse Buying Ditentukan Oleh Promosi Buy 1 Get 1 Pada Pelanggan Kedai Kopi Ketje Bandar Lampung. *Berlintina Jurnal Bisnis Darmajaya*, 06(02), 27–37.
- Ayu, D. P., & Sulistyawati, E. (2018). Persepsi Nilai Pelanggan Memediasi Pengaruh Kepercayaan Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Berbelanja Online (Studi Kasus Pada Zalora Online Shop). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(5), 2353. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i05.p02>
- Ayuningtias, T., & Handoyo, D. W. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Kartu XL Prabayar di Kota Semarang (Studi Kasus pada Pengguna Kartu XL Prabayar di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Social and Political*, 1(1), 1–6.
- Bahrudin, M., & Zuhro, S. (2018). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan E- Commerce. *Jurnal Teknologi Informatika Dan Komputer*, 4(1), 36–52. <https://doi.org/10.37012/jtik.v4i1.284>
- Bestari, N. P. (2021). *Xiaomi, Oppo & Vivo Berebut Jadi Raja HP di RI, Jawaranya?* CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20211227125010-37-302318/xiaomi-oppo-vivo-berebut-jadi-raja-hp-di-ri-jawaranya>
- Budiyanto, E. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermaret Rungkut Surabaya. *Ekonomi*, 03(01), 36–46.
- Bunga Pertiwi, A., Ali, H., & Franciscus Dwikotjo Sri Sumantyo. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada E-commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Multidisplin*, 1(2), 537–553. <https://doi.org/10.38035/jim.v1i2.63>
- Cockrill, A., & Goode, M. (2010). Perceived price fairness and price decay in the DVD market. *Journal of Product & Brand Management*, 19, 367–374. <https://doi.org/10.1108/10610421011068603>
- Darma, N. N. G. G., & Hartati, P. S. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo pada Gerai Handphone Shop di Gianyar. *Widya Amrita*, 1(1), 349–361. <https://doi.org/10.32795/widyaamrita.v1i1.1185>
- Dartia, K., & Suarmanayasa, I. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Oppo. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 8(1), 141–150.

- Dewi, P. S. A., & Suprapti, N. W. S. (2018). Membangun Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan yang di pengaruhi oleh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Citra Merek (Studi pada Produk Smartphone merek Oppo). *Matrik : Jurnal Manajemen, Strategi Bisnis Dan Kewirausahaan*, 87. <https://doi.org/10.24843/matrik:jmbk.2018.v12.i02.p01>
- Dianah, N., & Welsa, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Serta Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa). *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16–26.
- Digital, M. (2023). *Pengertian pemasaran Menurut Para Ahli*. Lspdigitalmarketing.Id. <https://lspdigitalmarketing.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/>
- F.X. Sulistiyanto W.S, & Soliha, E. (2015). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Perusahaan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Apotek “DELA” Di Semarang. *Seminar Nasional Dan Call For Papers, 1*, 1–16.
- Fatimah, B. S. (2019). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Pada Minat Beli Produk U-Tech*. 1(1), 11–21.
- Ghozali, & Imam, H. (2015). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0. In 2. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamid, R. S., Anwar, S. M., Salju, Rahmawati, Hastuti, & Lumoindong, Y. (2019). Using the triple helix model to determine the creativity a capabilities of innovative environment. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 343(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/343/1/012144>
- Helmi, S. (2021). *Analisis Data* (Issue January 2014). Usu Press.
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A New Criterion For Assessing Discriminant Validity in Variance-Based Structural Equation Modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43, 115–135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 3(2). <https://doi.org/10.25273/equilibrium.v3i2.667>
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1). Unitomo Press. <https://revistas.ufjf.br/index.php/rce/article/download/1659/1508%0Ahttp://hipatiapress.com/hpjournals/index.php/qre/article/view/1348%5Cnhttp://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09500799708666915%5Cnhttps://mckinseysociety.com/downloads/reports/Educa>
- Jusni. (2022). Analisis Loyalitas Pengguna Handphone Merek Samsung Pada Kaum Milenial Di Kota Makassar. *JRB-Jurnal Riset Bisnis*, 6(1), 104–125. <https://doi.org/10.35814/jrb.v6i1.4105>
- Khan, S., Hussain, S. M., & Yaqoob, F. (2013). Determinants of Customer Satisfaction in Fast Food Industry A Study of Fast Food Restaurants Peshawar Pakistan. *Studia Commercialia Bratislavensia*, 6(21), 56–65. <https://doi.org/10.2478/stcb-2013-0002>
- Kominfo. (2017). Survei Penggunaan Media Teknologi Informasi Dan Komunikasi (Tik) Kota Samarinda. *Teknologi, Informasi Dan Komunikasi*, 1–61. <https://ppid.samarindakota.go.id/ppid/infografis-survey?download=fafedbd0-c0bb-11e8-8b03-53d2b9d4f1e5>
- Kotler, P. (2000). Marketing Management , Millenium Edition. *Marketing Management*, 23(6), 188–193.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip Prinsip Pemasaran* (Jilid 1). Erlangga. Erlangga

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Manajemen Pemasaran* (p. 19). Pearson Prentice Hall. <http://docplayer.info/31435130-Bab-iii-landasan-teori-membeli-untuk-mewujudkan-kepuasan-konsumen-maka-perusahaan-harus.html>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing Manajemen Managemen*. In *New Jersey: Prentice Prentice Hall* (15th ed). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. lane. (2009). *Marketing Manajemen* (Jilid 1-1). Erlangga.
- Kristianto, A. D., & Wahyudi, T. A. (2019). Pengaruh citra merek, persepsi kualitas produk dan persepsi harga pada kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan. *Jurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis*, 2(2), 117–126. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v2i2.74>
- Kuswandi. (2004). *Cara Mengukur Kepuasan Karyawan*. PT. Elex Media Komputindo.
- Laksana. (2019). *Manajemen pemasaran*. Gramedia Pustaka Utama.
- 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>
- Mulyana, L. I., & Sulistyawati, L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Intervening terhadap Loyalitas Pelanggan pada produk Indomie (Studi pada mahasiswa perguruan tinggi negeri di surabaya). *Journal Publicuho*, 5(1), 29–49. <https://doi.org/10.35817/jpu.v5i1.23470>
- Mutiara, S., Hamid, R. S., & Suardi, A. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Persepsi Harga dan Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 411–427. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.300>
- Permatasari, L. D., & Santosa, S. B. (2021). Pengaruh review konsumen, kualitas pelayanan dan promosi penjualan terhadap minat pembelian ulang melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening (Studi Pada Konsumen Marketplace Shopee di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 10(4), 1–6. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Peter, P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Erlangga.
- Pratama, A. R., Anwar, S. M., & Hasbi, A. R. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Penjualan, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Es Kristal Pluto Mineral Di Kota Palopo. *Jesya*, 6(2), 1702–1715. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1166>
- Putra, S. A. (2019). Analisa Peramalan Penjualan dan Promosi Penjualan terhadap peningkatan volume penjualan pada PT. Cakra Anugerah Arta Alumindo Medan. *Jurnal Ilmiah "JUMANSI STINDO,"* 1(3). https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2019/01/2019.01.23_PLAN-NACIONAL-DE-CANCER_web.pdf
- Rahayu, S., & Syafe'i, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*, 1(1), 61–84. <https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220>
- Ramdhani, D., & Widyasari, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Dan Akuntansi Keuangan*, 4(3), 1651–1667.
- Risal, M., Aqsa, M., & Sudisman, Hudyah, A. (2023). *Manajemen Pemasaran* (N. A. Rahma (ed.)). PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.
- Saladin, D. (2003). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran Strategik*. CV. Linda Karya.
- Septiani, R. (2020). Pengaruh E-Service Quality, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan Terhadap

- Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Jasa Transportasi Online Gojek di Yogyakarta). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 17(2), 249. <https://doi.org/10.12928/fokus.v10i2.2886>
- Setyo, R. (2021). *Sejarah Oppo dari Awal Berdiri Hingga Masuk Ke Pasar Indonesia*. Accesstrade.Co.Id. <https://accesstrade.co.id/blogs/others/sejarah-oppo>
- Siregar, S. (2021). Pengaruh Promosi dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi pada Unit Mikro Bank Syariah Mandiri Medan Pulo Brayan). *Jurnal Humaniora*, 5(1), 54–63.
- Sombolinggi, J., Mamuaya, N., & Legi, M. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan TOP Coffee Toraja pada masyarakat Kota Manado. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(1), 78–90. <https://doi.org/10.53682/mk.v2i1.963>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, cv.
- Sulistiyanto, F. X. W. S., & Munisih, S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga dan Citra Perusahaan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pedagang Besar Farmasi PT. Sakapilar Semarang. *Jurnal Media Farmasi Indonesia*, 13(1), 1277–1283.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (Andi (ed.); Edisi 3). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2010). *Manajemen pemasaran* (Andi (ed.); Edisi Revi). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan*. CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Gregorius, C. (2012). *Pemasaran strategik* (2nd ed.). CV. Andi Offset.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan, Produk Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(1), 230–239. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v14i1.79>
- Wardhana, P. K., & Rakhman, A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Produk Smartphone Merek Oppo Di Wilayah Kelapa Gading Jakarta Utara*. 1–15.
- Yana, R. D., Suharyono, & Abdillah, Y. (2015). Pengaruh Citra merek terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1), 1–7.
- Yoesoep, R. E. (2022). Manajemen Pemasaran. In S. S. Atmodjo (Ed.), *Eureka Media Aksara*. Eureka Media Aksara. <https://repository.penerbiteurka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Yonatan, A. Z. (2023). *5 Merk HP yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia 2023*. Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/bukan-samsung-ini-5-merk-hp-yang-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-2023-14Xkc>
- Yuki, K. Iase. (2023). *Provinsi dengan Persentase Pemilik Handphone Terbanyak di 2022*. Data.Goodstats.Id. <https://data.goodstats.id/statistic/yukilase/provinsi-dengan-persentase-pemilik-handphone-terbanyak-di-2022-LCTOR>