

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*.
- Afrianty, N. (2021). *Theory of Planned Behavior*. 167–186.
- Andika, M. (2021). *Pengaruh Pendapatan dan Gaya Hidup terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat di Kecamatan Wanasaba Kabupaten Lombok Timur*.
- Anggraini, T. M. A., Mardini, R. M., & Novianto, A. S. (2024). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Metode Pinjaman Online SpayLater (Studi Kasus Mahasiswa di Kota Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(1), 1494–1502.
- Aprilia, N., & Tukidi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen*, 6(1), 34–46. <https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.160>
- Asfihan, A. (2021). Uji Asumsi Klasik: Jenis-jenis Uji Asumsi Klasik. *Fe Unisma*, July, 1–11. http://fe.unisma.ac.id/MATERI_AJAR_DOSEN/EKOMETRIK/AriRiz/MA_Uji_Normalitas.pdf%0Ahttps://adalah.co.id/uji-asumsi-klasik/
- Astuti, Rini, Isna Ardila, and R. R. L. (2021). Pengaruh promosi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse.". *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*.
- Devianti, V., & Ketut Surabagiarta I. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi dan Pendapatan terhadap Keputusan Pembelian Rumah Sederhana. *Journal of Sustainability Business Research*, 3(2), 2746–8607.
- Dwijantoro, D. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*, 4(2), 172–178.
- Fadilah, N. (2025). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Tahta Media. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/1411>
- Fadillah, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Dealer Yamaha Suryanata Amuntai. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(2), 1–12. <https://doi.org/10.36658/ijan.5.2.104>
- Fakhri, M. (2023). The Effect of Value Added Tax and Sales Tax Incentives on Luxury Goods on Consumer Purchasing Power. *Strata Social and Humanities Studies*, 1(2), 53–63. <https://doi.org/10.59631/sshs.v1i2.97>
- Fakhrudin, A., Maria, V. R., & Awan. (2022). Bauran Pemasaran. *Andrew's Disease*

of the Skin Clinical Dermatology., 7–16.

- Faturrohman, D. A. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo di Kota Jakarta.*
- Handayani, S., & Yulistiyo, H. (2023). Pengaruh Pendapatan, Jumlah Anggota Keluarga dan Pendidikan Terhadap Konsumsi Rumah Tangga Miskin di Kabupaten Banyuwangi. *Neo-Bis*, 12(1), 32–47.
- Hilmy Tsany, M., & Bagana, B. D. (2022). Pengaruh rasio Net Interest Margin (NIM), Loan To Deposit Ratio (LDR) dan Non Performing Loan (NPL) terhadap profitabilitas bank. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(3), 1247–1257. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v5i3.2162>
- Isma, cut nelga, Rohman, N., & Istiningsih. (2022). Pengaruh Penggunaan Smartphone terhadap Minat Baca Siswa Kelas 4 di MIN 13 Nagan Raya. *Jptam.Org*, 6, 7932–7940. <https://jptam.org/index.php/jptam/article/view/3650>
- Jatmiko, A. (2023). *Mengulik Sejarah Oppo, Smartphone yang Sukses Merajai Pasar Indonesia.* Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/ekonopedia/sejarah-ekonomi/63dcbca4b0623/mengulik-sejarah-oppo-smartphone-yang-sukses-merajai-pasar-indonesia>
- Juwita, & ciamas. (2024). Service Quality and Its Impact towards Purchasing Decision. *HBR Husnayain Business Review*, 4(2), 112–119. <https://journal.adpebi.com/index.php/hbr>
- Kalsum, E. U., Wijaya, M., & Siregar, R. (2022). The Influence of after Sales Service and Product Quality on the Decision to Purchase a Toyota Avanza Car in Deli Serdang. *Jurnal Ekonomi LLDIKTI Wilayah 1 (JUKET)*, 1(2), 108–113. <https://doi.org/10.54076/juket.v1i2.184>
- Lihardo, J. (2022). *Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Barang Elektronik Pada Tokopedia Di Masa Pandemi Covid-19.*
- Lu, G., Cao, J., Wei, Y., Yang, D., & Tan, F. (2025). How the Innovative Advertising Language Style for Nutrition Products Affects Consumers' Purchase Intentions. *Frontiers in Nutrition*, 12(4). <https://doi.org/10.3389/fnut.2025.1576478>
- Makbul, M. (2021). *Metode Pengumpulan Data dan Intrumen Penelitian.* <https://doi.org/10.321219/osf.io/svu73>
- Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Meteorcell Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 13–27. <https://doi.org/10.32815/jubis.v5i1.2252>

- Manalu, D., & Johanna Roshinta. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Dan Pendapatan Terhadap Keputusan Pembelian Starbucks Coffee Di Center Point Medan. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(2), 173–189. <https://doi.org/10.51622/jispol.v1i2.416>
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). *Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U pada Hasanah Mart Air Haji*. 2.
- Merissa. (2022). Strategi Pemasaran (Konsep, Teori dan Implementasi). In *Pascal Books*. <http://repository.ibs.ac.id/id/eprint/4973>
- Muhamad, N. (2024). *Pengiriman Smartphone ke Indonesia Naik pada Kuartal II 2024*. <https://www.counterpointresearch.com/insights/indonesia-smartphone-market-q2-2024/>
- Njonge, T. (2023). *Influence of Psychological Well-Being and School Factors on Delinquency , During the Covid-19 Period Among Secondary School Students in Selected Schools in Nakuru County: Kenya*. VII(2454), 1175–1189. <https://doi.org/10.47772/IJRISS>
- No, V., Rizani, C. W., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Promosi , Harga Dan Garansi Produk*. 2(2), 366–376.
- Pramezwary, A., Juliana, J., Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9376>
- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2021). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>
- Putri Nugraha, J., Alfiah, D., Sinulingga, G., Rojiati, U., Saloom, G., Rosmawati, Fathihani, Johannes, R., Kristia, Batin, M., Jati Lestari, W., & Khatimah, HusnilFatima Beribe, M. (2021). *Perilaku Konsumen Teori*.
- Rahayuningsih, E., & Ghozali, M. L. (2021). Sertifikasi Produk Halal dalam Perspektif Mashlahah Mursalah. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 7(1), 135. <https://doi.org/10.29040/jiei.v7i1.1929>
- Ramadhan, A., Rahim, R., & Utami, N. N. (2023). Teori Pendapatan (Studi Kasus: Pendapatan Petani Desa Medan Krio). *Tahta Media Group*, 1–55. <https://tahtamedia.co.id/index.php/issj/article/view/144>
- Robi Wijaya, & Andung Jati Nugroho. (2022). Mengetahui Pengaruh Kualitas Dan Merek Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Bekas Impor. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 1(11), 2953–2962. <https://doi.org/10.53625/jcijurnalcakrawalailmiah.v1i11.2880>

- Rohana, A. F., Dessy Syafitri, C., & Sudrajat, A. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Masyarakat di Karawang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(3), 259. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i3.17642>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). Konsep dan Strategi Pemasaran. In *CV SAH MEDIA, Makassar* (Vol. 3).
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 364.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. ALFABETA cv.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc: (Studi pada Konsumen di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2), 579 – 599.
- Syafitri, S. (2021). *Penerapan Strategi Direct Selling dalam Meningkatkan Minat Konsumen Pada Bisnis Madhising Pinrang*.
- Syaparuddin. (2022). *Perilaku Konsumen Muslim*.
- Tonda, F., Hanif, M. R., & Tyas, T. S. N. (2022). Literature Review Determinasi Perilaku Konsumen: Kebudayaan, Sosial dan Pribadi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2> Received:
- Wang, J. (2022). Consumer Anxiety and Assertive Advertisement Preference: The Mediating Effect of Cognitive Fluency. *Frontiers in Psychology*, 13(May). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.880330>
- Wayudi, D. (2023). *Tren dan Isu Penelitian Uji-T dan Chi Kuadrat dalam Bidang Pendidikan*. 4, 15.
- Yahya, R., Harahap, I., & Nawawi, Z. M. (2022). Analisis Pengaruh Tingkat Religiusitas, Tingkat Pendapatan dan Tingkat Pendidikan Terhadap Perilaku Konsumsi Masyarakat Muslim Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(3), 2986. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i3.6780>

Yano, M. A., Mujib Ikhsani, M., Septin, T., Rahayu, M., & Kharismasyah, A. Y. (2023). Purchasing Decision: Do You Need Service Quality, Product Quality and Word of Mouth? *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed-International Journal*, 7(4), 1. www.kompas.id,

Yenni arfah. SE., M, A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*.

