

## DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, Vol. 2(July), 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Advandigital.com. (2023). Produk-Produk Advan pada PT. Bangga Teknologi Indonesia. Diakses pada 23 Februari 2023. <https://advandigital.com/blog/>
- Advanindonesia. (2023). Advan NASA Pro. Diakses pada 23 Februari 2023. <https://www.instagram.com/p/Cd4nLe4B7x4/?igshid=MzRIODBiNWFIZA=>
- Amstrong, P. K. & G. (2008). *Pinsip-Prinsip Pemasaran* (A. Maulana, D. Barnadi, & W. Hardani (eds.)). Erlangga.
- Amstrong, P. K. & G. (2016). *Marketing An Intoduction*. Pearson Education.
- Anggraeni, D. R. (2021). PENGARUH INOVASI PRODUK, DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEUNGGULAN BERSAING (Studi Kasus Pada Ukm Kerajinan Kulit Manding Di Kabupaten Bantul) [Universitas Islam Indonesia]. In *Fakultas Bisnis dan Ekonomika, Universitas Islam Indonesia*. <https://dspace.uii.ac.id/handle/123456789/33392>
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/download/683/599>
- Ashari, S & Ismi, D. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Image Sebagai Variabel Intervening Pada Smartphone Advan (Studi Pada Mahasiswa Undip Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *EJurnal Administrasi Bisnis*, 7(4), 409–423. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Elini. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam [Universitas Putera Batam]. In *Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Putera Batam*. <https://doi.org/10.51158/ekuivalensi.v8i1.650>

- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN*. Deepublish.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Hananto, D. (2021). Pengaruh desain produk, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk jersey sepeda di tangsel. *Prosiding SEMNASLIT*. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit/article/view/11027>
- Handayani, E. D., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(2), 152–161. <https://jurnal.ustjogja.ac.id/index.php/manajemendewantara/article/view/11317>
- Hidayatullah, S., Waris, A., & Devianti, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(2), 240–249. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i2.2560>
- Imam Ghozali. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dnegan Program IBM SPSS 23*. Universitas Diponegoro.
- Kanuk, S. dan. (2015). *Consumer Behaviour*. Edition.
- Keller, P. K. & K. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Keller, P. K. & K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Indeks.
- Keller, P. K. & K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Meutia, R. F., & Hasibuan, T. F. H. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Killiney Coffee Shop di Kalangan Generasi Muda Kota Medan. *Journal of Management, Economic and Accounting (JMEA)*, 1(1), 17–23. <https://www.pusdikra-publishing.com/index.php/jisc/article/view/860>
- Philip Kotler & Gary Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Erlangga.
- Rahadiansyah, Iman, et al. (2022). Kota Tanjungpinang Dalam Angka Tanjungpinang Municipality in Figures 2022. *Badan Pusat Statistik Kota Tanjungpinang*. <https://tanjungpinangkota.bps.go.id/>
- Rahmawati, I & Rissalatul, I. (2021). Pengaruh motivasi, persepsi dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian Hp Oppo. *Jurnal Ilmiah Hospitality*. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

- Redho, R. (2018). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi pada Mahasiswa UIN Raden Fatah Palembang. *UIN Raden Fatah*. <http://eprints.radenfatah.ac.id/2962/>
- Safitri, Wiji, et al. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk *Smartphone* Advan Di Cikarang, Bekasi Tahun 2019. *Jurnal Bisnis Manajemen dan Ekonomi*. <https://journal.widyatama.ac.id/index.php/jbme/article/view/606>
- Simamora, C. A. (2019). PENGARUH DESAIN PRODUK, PERSEPSI KONSUMEN DAN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas HKBP Nommensen Medan) [UNIVERSITAS HKBP NOMMENSEN MEDAN]. In *Repository Universitas HKBP Nommensen*. <http://repository.uhn.ac.id/handle/123456789/2260>
- Stephen, P. R. (2009). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tantri, T. A. & F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Raja Grafindo Perkasa.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.
- Yoelma, Rosa, et al. (2022). *Indonesia's Smartphone Market, Top 5 Company Shipments, Market Share, and YoY Growth, 3Q22 (Shipments in millions)*. IDC (International Data Corporation). <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP49848422>