

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2018). *Manajemen ekuitas merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Agustina, R. M. (2020). *Pengaruh Brand awareness, Brand image, Kepercayaan merek, Keunggulan produk, Kualitas produk terhadap Minat Beli pada Daffi Hijab Style Mantup*. Skripsi. Lamongan: Universitas Islam Lamongan.
- Ahmad Nurdany, Anggari Marya Kresnowati. (2019). Digital-Related Economy Sectors and Regional Economy Disruption. (online) *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.22 No.1 147-162.
- Albert A. Barreda, d. (2020). The impact of social media activities on brand image and emotional attachment A case in the travel context. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 109- 135.
- Ariq Satria, Hery Pudjoprastyono. (2022). Pengaruh Brand image dan Brand awareness terhadap keputusan pembelian produk sariayu martha tilaar di kota Surabaya.(online) *Widya Manajemen*, Vol.4.No.2 Pp.140-149.
- Artanti, A. I. (2014). *Pengaruh citra merek dan promosi terhadap keputusan nasabah memilih tabungan bank syariah mandiri*. Jurnal ilmu Manajemen.
- Cahyani K.I., & S. (2016). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, Vol 5(4), 281-288.
- Cindy Megasari dan Onan Marakali. (2022). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian starbucks di kota Medan. *Journal of Social Research*, 694-707.
- Dede solihin, Ahyani, Rahmad Setiawan. (2021). The Influence of Brand Image and Atmosphere Store and Purchase Decision for Samsung Brand *Smartphone* with Buying Intervention as Intervening Variables.(online) *International Journal of Social Sains and Business*, Vol.5 No.2 pp. 262-270.
- Dedhy Pradana, d. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian motor. *KINERJA*, 16-23.
- Durianto, d. (2017). *Strategi menaklukkan pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Frima Fadhila P., & N. (2018). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian produk Adidas (studi kasus pada mahasiswa Universitas Telkom). *Journal Telkom*, Vol.4 (3) 1019-1026.

- Hadi Arjuna, Sarah Iلمي. (2020). Effect of Brand Image, Price and Quality of the Production the *Smartphone* Purchase Decision. (online) *Ekbis : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, Vol.3 No.2 Pp.294-305.
- Hafidh, B. B. (2018). The Influence of Product quality, Brand image on Purchasing Decisions Through brand trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journal*, Vol.7(4), 528-539.
- Hanaysha, J. R. (2017). An examination of the factors affecting consumer's purchase decision in the Malaysian retail market. *DRB-HICOM University of Automotive Malaysia*, 1-19.
- IDC. (2022, September 19). *Indonesia's Smartphone Market Declined 10% YoY in 2Q22*, IDC Reports, diakses 18 Oktober 2022: <https://www.idc.com/get.doc.jsp?containerId=prAP49691422>
- Keller, K. d. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. d. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2011). *Manajemen pemasaran di Indonesia : Analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kure, E. (2022, September 22). "*kuartalIII-2022, Oppo kuasai pangsa pasar smartphone Indonesia*". Diakses pada 14 Oktober 2022, <https://investor.id/it-andtelecommunication/307620/kuartal-ii2022-oppo-kuasai-206-pangsa-pasar-smartphone-indonesia>
- Laut, I Made. (2020). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif*. Yogyakarta: Quadrant.
- Miati, Iis. (2020). Pengaruh Citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian kerudung Deenay (studi pada konsumen Gea fashion Banjar). *Jurnal Abiwara*, Vol. 1(2), pp.71-83.
- Muchammad Agung dan Luk Luk Atul Hidayati. (2020). Pengaruh Brand Association, Brand awareness, Brand image, Brand Trust dan Consumer Satisfaction Terhadap Brand Loyalty Produk *Smartphone* Merek Xiaomi Di Magelang. *Business and economics conference in utilization of modern technology*, 566-584.
- Muchlisin. (2020, Mei 30). *Keputusan Pembelian Pengertian Dimensi Jenis dan Proses* Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/keputusan-pembelian-pengertian-dimensi-jenis-dan-proses-tahapan-pembelian.html>

- Muchlisin. (2022, Juli 08). *Brand Awareness (Tingkatan, Indikator, Dimensi dan Strategi)* Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2022/07/brand-awareness.html>
- Muchlisin Riadi. (2020, 18 Mei). Diakses dari Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2020/05/merek-brand.html>
- Muhammad Sabbir Rahman, d. (2020). Millennials' purchasing behavior toward fashion clothing brands: influence of brand awareness and brand schematicity. *Journal of Fashion Marketing and Management*, 1-31.
- Meutia, K.I., Hadita, H., & Widjarnako. (2021). Dampak Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Miniso. *Journal of Technopreneurship on Economics and Business Review*, 2(2)
- Nel Arianty, Ari Andira. (2021). Pengaruh Brand image dan Brand awareness terhadap keputusan pembelian.(online) *MANEGGIO : jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, Vo.4 No.1 Pp.39-50.
- Ni Luh Gde Sari Dewi Astuti,dkk. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness Lazada terhadap keputusan pembelian online. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 897-910.
- Ni Putu Santika dan I Wayan. (2022). Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian pada shopee. *Jurnal Widya Amrita*, 551-561.
- OPPO. (2022). *Teknologi Sebagai Bentuk Seni*, dikases 18 Oktober 2022: <https://www.oppo.com/id/about/>
- Prinoya, F. A. (2021). Pengaruh brand awareness dan Brand image terhadap keputusan pembelian (studi pada konsumen Shopee di Sumatera Barat). *Journal of Technopreneurship Economics and Business Review*, Vol.3(1) 47-56.
- Rahman, A. F. (2022, Maret 22). "*Oppo jadi penguasa pasar ponsel di Indonesia sepanjang 2021*". Diakses pada 14 Oktober 2022 <https://inet.detik.com/consumer/d-5995557/oppo-jadi-penguasa-pasar-ponsel-di-indonesia-sepanjang-2021/amp>
- Rahmadhani, S. D. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi kasus pada konsumen pasta gigi pepsodent di mantup)*. Skripsi. Lamongan: Universitas Islam Lamongan
- Riadi, Muchlisin. (2021, April 09). *Citra Merek (Brand Image) Pengertian, Aspek, Komponen* Kajianpustaka: <https://www.kajianpustaka.com/2021/04/citra-merek-brand-image.html>

- Rozzi, M. K. (2021, Januari 30). *Sejarah oppo dari awal berdirinya hingga masuk pasar Indonesia*. Diakses pada 9 Juni 2023 dari: <https://accestrade.co.id/blogs/others/sejarah-oppo>
- Sangadji E.M., & S. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*. Google Scholar.
- Saputra, A. (2010). *Pengaruh proses dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan MNC play media*. Jurnal Manajemen.
- Selular-id. (2023, Mei 31). *Top Brand smartphone di Indonesia Q1-2023*. Diakses pada 15 Juni 2023 dari : <https://selular-id.cdn.ampproject.org/top-5-brand-smartphone-di-indonesia-q1-2023-oppo-bukan-1>
- Sholikhah, B. (2021). *Pengaruh Kemudahan, Kepercayaan, dan Kualitas Layanan Informasiterhadap Keputusan Pembelian Produk pada E-commerce Shopee*. Skripsi. Lamongan: Universitas Islam Lamongan.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Evaluasi (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi)*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2020). *Cara Mudah Menyusun: Skripsi, Tesis dan Disertasi*. Bandung: ALFABETA.
- Sunyoto, S. d. (2015). *Perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Supranto, J. (2011). *Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Wua Gloria S., J. D. (2019). Pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian produk PT. Telesindo shop sebagai distributor utama Telkomsel di Manado. *Jurnal EMBA*, Vol.7(4), 3139-3148.
- Yanti Mery Oky Zufi, dan Hendri Sukotjo. (2015). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Aqua. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol.5, (5).
- Yanto, I. M. (2019). Dampak promosi, harga, dan Citra merek terhadap keputusan pembelian Smartphone OPPO. *JSMBI(Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia)*, Vol.9(1), 90-99.
- Yesi Nur Sa'adah, dkk. (2022). Pengaruh Brand image dan Brand awareness terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Antis pada Msa Pandemi Covid-19. (online)*JIAGABI*, Vol.11 No.1 Pp.175-181.