

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Fahad, F. N. (2020). *Smartphone Usage and Academic Performance among University Students*.
- Al Faruq, M. K., Sumowo, S., & Nursaidah, N. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe 67 Kecamatan Kencong Kabupaten Jember. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(1), 107–119. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i1.3739>
- Alnando, T., & Hutapea, J. Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Desa Pabuaran). *Jurnal Ekonomis*, 14(1), 76–88.
- Amalia et al., 2022. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Pada Remaja. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(4), 1227–1236.
- Ana Ramadhayanti. (2019). *Aplikasi SPSS untuk Penelitian dan Riset Pasar*.
- Aprileny, I., & Andriani, R. (2018). Pengaruh Harga, Diferensiasi Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Giant Ekstra Ujung Menteng Bekasi. *Jurnal STEI Ekonomi*, 27(1), 38–56. <https://doi.org/10.36406/jemi.v27i1.152>
- Aqueveque, C. (2015). The influence of experts' positive word-of-mouth on a wine's perceived quality and value: the moderator role of consumers' expertise. *Journal of Wine Research*, 26(3), 181–191. <https://doi.org/10.1080/09571264.2015.1051217>
- Bisnis, D. A. N., & Jambi, U. (2015). Bahan 7. *Penelitian Umum Universitas Jambi Seri Humaniora*, 17(PENGARUH EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG GALAXY (STUDI KASUS PADA MAHASISWA PROGRAM DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS JAMBI)), 53–71.

- Fandy Tjiptono. (2011). Strategi Pemasaran. In *Makalah Ilmiah Ekonomika* (Vol. 14, Issue 3).
- Fauzi, A., Rukmini, & Wulandari, S. (2020). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Kedaung Medan LTD. *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan (JIMK)*, 1(1), 1–13.
- Gunawan, D., & Maftuchach, V. (2022). “Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Smartphone Samsung.” *Portofolio: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 17–32.
- Habir, H., Zahara, Z., & Farid, F. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 4(3), 211–218.
<https://doi.org/10.22487/jimut.v4i3.123>
- Hasan, M. H. (2021). *Diferensiasi Menurut Kotler*. 7(7), 48–60.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.5652453>
- Hurin, & Sofi. (2023). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung Di Kota Banyuwangi. *Jurnal Mirai Management*, 8(2), 325–333.
- Jauhari, I. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk, Ekuitas Merek Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elektronik Korea Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 25(3), 226–237.
<https://doi.org/10.35760/eb.2020.v25i3.2592>
- Kawengian, H., Lumanauw, B., & Woran, D. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Kopi Singgah Sayang Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal ...*, 10(4), 849–857.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43879>
- Moy, A. A. (2021). Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *GLORY (Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial)*, Vol.2(No.2), 161–173.

<https://ejurnal.undana.ac.id/index.php/glory/article/view/4819>

Ningsi, W. P. W., & Ekowati, S. (2021). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Skincare MS GLOW. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 2(1), 50–57. www.jurnal.imsi.or.id

Novi Angga. (2023). *Manajemen Pemasaran*.

Nurhidayah, Bahrudin, Y. A., & Novianto, A. S. (2023). Pengaruh Word Of Mouth, Kualitas Produk dan Kepercayaan Diri Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone (Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 221–232.

Panuntun, A. D. L. (2023). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nopia Mino Banyumas*. 2(3). <http://eprints.universitaspurabangsa.ac.id/id/eprint/1209/>

Paputungan, P. R., Soegoto, A. S., & Roring, F. (2018). Pengaruh Promosi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Oriflame Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3703 – 3712.

Pengaruh Diferensiasi Produk, A., Quality Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Makanan Berbasis Ayam Olahan Zenni Riana, S., Tannady, H., Diawati, P., Suhardi, D., & Author, C. (2023). Analysis Of The Influence Of Product Differentiation, Service Quality And Price On Interest In Buying Processed Chicken-Based Food Products. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 547–554. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran* (M. . Adi Maulana, S.E dan Wibi Hardani (ed.); ke-13). Pearson Education.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. (2018). *Manajemen Pemasaran* (S. S. Adi Maulana, S.E dan Yayat Sri Hayati (ed.); ke-13). Pearson Education.

- Rachmaliani, K. (2024). *Konsep Smartphone*.
- Ramadhani, A. I., Maulida, I. S., Susanti, I. and S. (2024). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Word of Mouth dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV. Eka Karunia Motor Lamongan)*. 7.
- Rambocas, M., & Ramsubhag, A. X. (2018). The Moderating Role of Country of Origin on Brand Equity, Repeat Purchase Intentions, and Word of Mouth in Trinidad and Tobago. *Journal of Global Marketing*, 31(1), 42–55. <https://doi.org/10.1080/08911762.2017.1388462>
- Rehman, M. A., Woyo, E., Akahome, J. E., & Sohail, M. D. (2022). The influence of course experience, satisfaction, and loyalty on students' word-of-mouth and re-enrolment intentions. *Journal of Marketing for Higher Education*, 32(2), 259–277. <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1852469>
- Rembon, A., Mananeke, L., & Gunawan, E. (2017). The influence of Word of Mouth and Product Quality of Purchasing Decision on Pt. Kangzen Kenko Indonesia in Manado. *Pengaruh Word of Mouth... 4585 Jurnal EMBA*, 5(3), 4585–4594.
- Rinda Rahmawati, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.Co Donuts and Coffee Kota Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 9(1), 17. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v9i1.4686>
- Rusnendar, E., & Salma, G. (2022). Pengaruh Word Of Mouth (WOM) dan Customer Experience Terhadap Keputusan Pembelian Produk UMKM Yoghurt di Bandung Timur Pada Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Maps (Manajemen Perbankan Syariah)*, 6(1), 62–69. <https://doi.org/10.32627/maps.v6i1.575>
- Setyaningrum, B. F. S. and R. P. (2024). *Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung di Mediasi oleh Word of Mouth*. 2.
- Simamora, A., & Azis, E. (2016). The Influence Of Word Of Mouth To The Go-

- Jek Purchase Decission Making In Bandung. *EProceedings of Management*, 3(1), 151–156.
<https://libraryeproceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/2982/2828>
- Sugiyono, P. D. (2016). *METODE PENELITIAN MANAJEMEN* (M. P. Setiyawami, S.H. (ed.)).
- Sugiyono, P. D. (2020). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF dan R & D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); edisi kedu).
- Tarigan, B. I., & Lopian, S. L. H. V. J. (2022). Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Saroha Di Kota Manado Effect of Product Differentiation, Price and Facilities on Purchase Decisions At Cafe Saroha in Manado City. *Tampenawas 491 Jurnal EMBA*, 10(1), 491–499.
- Tehuayo, E. (2021). Pengaruh Diferensiasi Produk, Inovasi Produk, dan Iklan terhadap Loyalitas Konsumen Shampo Sunsilk di Kota Ambon. *Jurnal Nasional Manajemen Pemasaran & SDM*, 2(2), 69–88.
<https://doi.org/10.47747/jnmprsdm.v2i2.277>
- Top Brand Award*. (2025).
- Tulung, L. (2018). Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung Di Kota Manado. *E-Journal Acta Diurna*, 4(5), 1–12.
<https://www.neliti.com/id/publications/92615/fungsi-promosi-dalam-meningkatkan-daya-beli-gadget-samsung-di-kota-manado>
- Wajeeha Aslam, C. L. G. and I. A. (2022). *Smartphone usage of University Students and academic performance: an empirical analysis*. 20.
- Watung, V. A., Wenas, R. S., & Kawet, R. C. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Diferensiasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Alfamart Cabang Motoling Minsel. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 82.

<https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39400>

Wilyanto, A., Renaldi, A. J., Valentina, E., Richmond, R., Melinda, R., & Fatyandri, A. N. (2023). Analisis Business Level Strategy Dan Diversification Perusahaan Samsung. *PROMOSI (Jurnal Pendidikan Ekonomi)*, 11(1), 45–53. <https://doi.org/10.24127/pro.v11i1.7857>

Yan Li and Ziwei Wang. (2018). *Gender differences in consumers' word-of-mouth willingness in social networks: a moderated mediation model*. 9.