
Product innovation, lifestyle and price that influence the decision to buy communication equipment in the form of Samsung mobile phones at Dharma Aub Surakarta University students

Inovasi Produk, Gaya Hidup Dan Harga Yang Berpengaruh Terhadap Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Dharma Aub Surakarta

Rika Lestari¹ , Endang Saryanti²
Universitas Dharma AUB Surakarta
[Email: rikalestari05@gmail.com](mailto:rikalestari05@gmail.com)

Abstract

The research carried out has the title Product Innovation, Lifestyle and Prices That Influence the Decision to Buy Communication Devices in the Form of Samsung Cellphones at Dharma Aub University Students, Surakarta. This is a research that is used with quantitative methods. There are 100 respondents as a sample of this research conducted by means of Accidental Sampling. The multiple linear regression equation that has been carried out shows that the product innovation variable has no significant effect, while lifestyle and price together have a significant effect on the Purchase Decision. Product innovation, lifestyle and price simultaneously have an influence on the Purchase Decision from the test results f. the coefficient of determination (R^2) test resulted in the adjusted R square value of 67.3%. Can be detailed and explained product innovation, lifestyle and price, the amount is 67.3% for the remaining 32.7%, research is not carried out by researchers.

Keywords: Purchase Decision, Product Innovation, Lifestyle, Price

Abstrak

Penelitian yang terlaksana ini mempunyai judul Inovasi Produk, Gaya Hidup Dan Harga Yang Berpengaruh Terhadap Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Dharma Aub Surakarta. Ini adalah penelitian yang digunakan dengan metode kuantitatif. Terdapat 100 responden sebagai sampel penelitian yang dilakukan ini dengan cara Accidental Sampling. Persamaan regresi linier berganda yang telah dilakukan menghasilkan bahwa variabel inovasi produk berpengaruh tidak signifikan, sedangkan gaya hidup dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli. Inovasi produk, gaya hidup dan harga secara simultan mempunyai pengaruh kepada Putusan Membeli dari hasil uji f. uji koefisien determinasi (R^2) dihasilkanlah nilai adjusted R square besarnya 67,3% . Bisa dirincikan dan dijelaskan inovasi produk,gaya hidup dan harga besarnya 67,3% untuk sisanya 32,7% tidak dilakukan penelitian oleh peneliti.

Kata kunci: Keputusan pembelian, Inovasi Produk, Gaya Hidup, Harga

PENDAHULUAN

Produk-produk baru Samsung dirancang agar tidak sekadar memiliki fungsi tunggal, melainkan dengan sejumlah nilai tambah untuk menghasilkan Connected Living (Hidup Terkoneksi). Ambil contoh kulkas Family Hub yang dapat membantu memesan transportasi *online* dan menyetel musik. Samsung juga menghadirkan Galaxy Home untuk menyatukan pengendalian peralatan rumah lewat perintah suara (Liputan 6, 2022)

Keunggulan dalam hal desain/model, fitur, harga disbanding dengan pesaingnya. Samsung adalah salah satu cerita amat sukses perusahaan asal Korea Selatan. Namun dahulu, mereka sempat dicap sebagai perusahaan elektronik murahan. Fino Yurio Kristo – detiknet (30 Jun 2022)

Inovasi produk adalah menciptakan produk baru yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga muncul minat beli terhadap produk tersebut, yang diharapkan dapat direalisasikan melalui keputusan pembelian.⁵ Inovasi produk harus bisa menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam perubahan lingkungan yang cepat dan menuju pasar global. Keberhasilan inovasi produk membutuhkan kesesuaian antara proses dan lingkungan yang mendukung. Disamping itu keberhasilan inovasi yang dilaksanakan haruslah bersifat terus menerus dan bukan terlaksana secara incidental (Lena Elitan, 2009:04)

Gaya hidup adalah pola hidup seseorang di dunia yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup menggambarkan keseluruhan diri seseorang dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Gaya hidup menggambarkan seluruh pola seseorang dalam beraksi dan berinteraksi di dunia. (Kotler dan Keller, 2012:192)

Harga merupakan segala bentuk biaya moneter yang dikorbankan oleh konsumen untuk memperoleh, memiliki, memanfaatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta dari suatu produk (Hasan, 2009:298).

Dari uraian diatas yang dapat menjelaskan sebab akibat dan kemudian membuat peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul **“INOVASI PRODUK, GAYA HIDUP DAN HARGA YANG BERPENGARUH TERHADAP PUTUSAN MEMBELI ALAT**

KOMUNIKASI BERUPA HANDPHONE SAMSUNG PADA MAHASISWA UNIVERSITAS DHARMA AUB SURAKARTA”

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah :

- a. Apakah Inovasi Produk mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta?
- b. Apakah Gaya Hidup mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta?
- c. Apakah Harga mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta?

Dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

- a. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta yang dihasilkan oleh inovasi produk.
- b. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dari Gaya Hidup.
- c. Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi Berupa Handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dari Harga.

Manfaat Penelitian:

- a. Penelitian ini sebagai elemen yang digunakan untuk menambah wawasan dan pengetahuan secara teoretis terhadap inovasi produk, gaya hidup dan harga.
- b. Dalam penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan dapat digunakan untuk menimbang ketika akan melakukan Putusan Membeli produk Handphone Samsung.
- c. Digunakan untuk menentukan kebijakan-kebijakan yang berkaitan dalam mengambil keputusannya memperbaiki strategi pemasaran.

METODE

Data kuantitatif dan metode Uji Asumsi Klasik dan juga Teknik Regresi Linier Berganda yang dilakukan untuk menjalankan penelitian ini.

Populasi dan Sampel

Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka merupakan penelitian populasi atau study kasus. Menurut Sugiyono (2011:80) pengertian populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Telah ditetapkan populasi penelitian ini yaitu mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dengan jumlah 1715 (Dikutip dari siacad Universitas Dharma AUB Surakarta, 22 Mei 2022) dengan menggunakan metode Accidental Sampling.

Sampel

Sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 100 orang mahasiswa konsumen handphone Samsung Universitas Dharma AUB Surakarta Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

Teknik Pengumpulan Data

Data primer yang diambil dari penyebaran angket/kuisisioner menggunakan *Google Form* dan metode dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data penelitian ini.

Teknik Analisis Data

1. Analisis Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini disebarkan kuesioner kepada responden yang berisi daftar pertanyaan mengenai Iklan, Citra Merek, Harga, dan keputusan pembelian. Ada dua syarat penting yang berlaku bagi sebuah kuesioner, yaitu harus valid dan variabel. Oleh karena itu harus dilakukan :

a) Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut (Ghozali, 2010:45).

b) Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur bahwa instrume penelitian bebas dari kesalahan persepsi sehingga menghasilkan hasil yang konsisten dan dapat digunakan pada kondisi yang berbeda-beda. Untuk menguji reliabilitas akan digunakan Cronbach alpha dengan program SPSS (Husain Umar, 2003:90).

2. Analisis Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas Data

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen atau keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak (Santoso, 2003:13).

b) Uji Multikolinieritas

Menguji apakah ada model regresi ditemukannya kolerasi antar variabel independent. Jika terjadi kolerasi maka dinamakan terdapat problem ultikolinieritas atau multiko (Santoso, 2012:35).

c) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Model regresi yang baik adalah tidak terjadi autokorelasi. (Ghozali, 2005:64).

3. Analisis Regresi Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Arikunto, 2006:84).

Formula untuk regresi berganda adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

a = Konstanta

X1 = Iklan

X2 = Citra Merek

X3 = Harga

b1.....b31 = Error/kesalahan

4. Uji Koefisin Regresi Parsial(Uji-t)

Uji T digunakan untuk mengetahui signifikan pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. (Setiaji, 2008:29).

Adapun rumus R² adalah :

$$R^2 = \frac{\beta_1 \sum XY_1 + \beta_2 \sum XY_2}{\sum Y^2}$$

Keterangan :

- $\beta_1 \beta_2$ = koefisien regresi
- X₁X₂ = data variabel independen
- Y = data variabel dependen

Hasil Penelitian

1. Dapat dilihat dari hasil uji Regresi Linier Berganda menunjukkan variabel inovasi produk berpengaruh secara positif kepada Putusan Membeli Alat Elektronik handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal tersebut sama dengan penelitian yang telah dihasilkan oleh Sri devi dkk(2015) bahwa inovasi produk mempunyai pengaruh secara positif kepada Putusan Membeli. Uji hasil regresi pada variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif terhadap Putusan Membeli ALat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal tersebut mejadi pendukung penelitian telah terlaksana oleh Avianto Kusuma P(2015) bahwa gaya hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hasil uji regresi harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian handphone Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal ini mendukung penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Martinus Yogas (2018).

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
1								
	(Constant)	3,430	1,203		2,850		,005	
	Inovasi Produk	,170	,080	,187	2,115	,037	,422	2,371
	Gaya Hidup	,651	,134	,452	4,869	,000	,383	2,613
	Harga	,343	,085	,298	4,007	,000	,598	1,672

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Sesuai dengan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Putusan Membeli, hal tersebut menjadi pendukung penelitian yang dihasilkan oleh Sri Devi,dkk(2015). Variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli. Hal ini yang mendukung hasil penelitian sebelumnya yang sudah dilaksanakan Avianto Kusuma P(2015). Dan variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli ,hal tersebut yang menjadi pendukung penelitian yang terlaksana oleh Martinus Yogas (2018).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,430	1,203		2,850	,005		
	Inovasi Produk	,170	,080	,187	2,115	,037	,422	2,371
	Gaya Hidup	,651	,134	,452	4,869	,000	,383	2,613
	Harga	,343	,085	,298	4,007	,000	,598	1,672

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Sesuai dengan hasil uji t yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel inovasi produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Putusan Membeli, hal tersebut menjadi pendukung penelitian yang dihasilkan oleh Sri Devi,dkk(2015). Variabel gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli. Hal ini yang mendukung hasil penelitian sebelumnya yang sudah dilaksanakan Avianto Kusuma P(2015). Dan variabel harga mempunyai pengaruh yang signifikan kepada Putusan Membeli ,hal tersebut yang menjadi pendukung penelitian yang terlaksana oleh Martinus Yogas (2018).

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,430	1,203		2,850	,005		
	Inovasi Produk	,170	,080	,187	2,115	,037	,422	2,371
	Gaya Hidup	,651	,134	,452	4,869	,000	,383	2,613
	Harga	,343	,085	,298	4,007	,000	,598	1,672

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Hasil uji f berdasarkan penelitian ini menerangkan bahwa variabel inovasi produk,gaya hidup dan harga mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama kepada Putusan Membeli. Hal tersebut juga menjadi pendukung penelitian sebelumnya yang telah diselesaikan oleh Sri Devi,dkk(2015), Avianto Kusuma P(2015),dan Martinus Yogas P(2018).

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	231,824	3	77,275	69,017	,000 ^a
	Residual	107,486	96	1,120		
	Total	339,310	99			

a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

5. perhitungan koefisien determinasi (R^2) menghasilkan variasi variabel Putusan Membeli bias ditafsirkan oleh variabel inovasi produk, gaya hidup dan harga sebesar 67,3% untuk sisanya 32,7% dijelaskan oleh lain lain yang tidak diterangkan dalam penelitian ini.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,827 ^a	,683	,673	1,058	1,945

a. Predictors: (Constant), Harga, Inovasi Produk, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Implikasi Manajerial

1. Putusan Membeli yang mempunyai pengaruh dari Inovasi Produk.

Inovasi produk mempunyai pengaruh secara positif dan secara signifikan pada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal inilah yang dapat diindikasikan bahwa Putusan Membeli meningkat dengan penyesuaian inovasi produk. Peningkatan Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dapat dilakukan dengan cara :

- a. Membuat inovasi produk yang bervariasi.
- b. Mempertahankan produk yang sudah disesuaikan dengan kebutuhan dan menambah inovasi sebagai penyempurna produk.
- c. Mengembangkan dan memperkenalkan fitur-fitur baru yang mengikuti perkembangan jaman dan sesuai kebutuhan.

2. Gaya Hidup mempunyai pengaruh secara positif dan secara signifikan pada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal inilah yang dapat diindikasikan bahwa Putusan Membeli meningkat dengan

penyesuaian Gaya Hidup. Peningkatan Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dapat dilakukan dengan cara :

- a. Memberikan fitur-fitur yang menunjang gaya hidup masyarakat dengan berbagai manfaat.
- b. Memberikan fitur-fitur yang memadai untuk memanjakan konsumen memenuhi gaya hidupnya.

3. Harga mempunyai pengaruh secara positif dan secara signifikan pada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta. Hal inilah yang dapat diindikasikan bahwa Putusan Membeli meningkat dengan penyesuaian Harga. Peningkatan Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta dapat dilakukan dengan cara :

- a. Menentukan harga/pricelist produk yang sesuai dengan kemampuan konsumen.
- b. Mengembangkan harga/pricelist produk yang dapat dijangkau oleh konsumen.
- c. Memberikan harga yang sudah disesuaikan dengan harapan dan manfaat yang diberikan.

PENUTUP

Kesimpulan

1. Analisis Regresi Linier Berganda

- a. Inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta.
- b. Gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta
- c. Harga mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta

2. Hasil Uji t menunjukkan bahwa :

- a. Inovasi produk mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta
- b. Gaya hidup mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta

-
- c. Harga mempunyai pengaruh yang positif kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta
3. Berdasarkan hasil Uji F variabel inovasi produk, gaya hidup dan harga dengan bersamaan mempunyai pengaruh yang secara signifikan kepada Putusan Membeli Alat Komunikasi handphone Samsung pada mahasiswa Universitas Dharma AUB Surakarta.
4. Perhitungan koefisien determinasi (R^2) menghasilkan bahwa variasi variabel Putusan Membeli bisa dirincikan dan dijelaskan inovasi produk, gaya hidup dan harga besarnya 67,3% untuk sisanya 32,7% tidak dilakukan penelitian oleh peneliti.

Saran

1. Handphone Samsung perlu memperhatikan selera konsumen yang berubah-ubah dan menyesuaikan kebutuhan seperti proses pembelajaran daring, komunikasi jarak jauh dan kebutuhan lainnya dengan cara melakukan inovasi produk dan menambah fitur-fitur yang menunjang kebutuhan.
2. Menerima kritik dan saran terhadap produk sebelumnya dan memperbaiki kekurangan dari produk sehingga dapat mengikuti gaya hidup dimasyarakat yang beriringan dengan perkembangan teknologi.
3. Tetap mempertahankan harga dapat dijangkau dan sesuai dengan manfaat yang dipromosikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina Lusi. 2019. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi Dan Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Ilmiah Reset Manajemen Unisma*. Malang
- Ali Hasan, 2009, *Marketing*, Yogyakarta : MedPress (Anggota IKAPI)
- Allard C.R van Riel et al Monroe, 2005. *Marketing Antecedent of Industrial Brand Equity: An Empirical Investigation in Speciality Chemical*. Edisi 12, Erlangga.

Ama(American Marketing Association),2017. Definition of Marketing Research.
<https://www.ama.org/the-definition-of-marketing-what-is-marketing/>. Diakses pada tanggal 30 juli 2022.

Anatan,Lina dan Lina Ellitan, 2009. Manajemen Inovasi(Transformasi Menuju Organisasi Kelas Dunia). CV. Alfabeta, Bandung.

Anwar Sanusi, 2011.Metodologi Penelitian Bisnis. Salamba Empat, Jakarta Selatan.

Ardianto, Soemirat Soleh Prof , DR, M.S, 2010. Dasar-dasar Public Relation. PT.Remaja Rosdakarya. Bandung

Boyd, Walker, Larreche, 2000. Manajmen pemasaran. Jakarta : Erlangga.

Dharmmesta, Basu Swastha,2007. Manajemen Pemasaran,Liberty, Yogyakarta.

Dicky Fariz .2015. Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Feb.Malang

Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo, 1996. Statistik Edukatif. Yogyakarta :BPFE UGM.

Fandy Tjiptono,1997. Strategi Pemasaran. Edisi 1, Yogyakarta: ANDI

Fandy Tjiptono.2002. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Penerbit andi.

Ghozali, Imam. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Undip Semarang Salatiga Press.

-
- Ghozali, Imam. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Undip Semarang Salatiga Press.
- Ghozali, Imam. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Undip Semarang Salatiga Press.
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS. Semarang: Undip Semarang Salatiga Press.
- Kilbourne. L& Woodman R .2012. Barriers To Organizational Creativity . In R Purser & A Mentouri (Eds), Sosial Creativity In Organizationz(Pp,125-150) ,Cresskill,Nj Press
- Kotler, dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Gramedia
- Kotler. Philip dan Amstrong, Gary,1996. Dasar-Dasar Pemasaran. Edisi V, Jilid 2,Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary,1996. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Intermedia.
- Kotler. Philip, 2000.Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, Philip (2006). Manajemen Pemasaran, jilid I, Edisi kesebelas, Jakarta, P.T Indeks Gramedia.
- Kotler. Philip dan Amstrong. Gary. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1. Jakarta: Erlangga. 2008
- Kotler, K. (2009). Manajemen Pemasaran 1. Edisi ketiga belas. Jakarta : Erlangga

Kusuma Aviyanto .2015 Analisis Pengaruh Gaya Hidup ,Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung.Repository Uin Jakarta.Jakarta

Lupiyoadi, Rambat, 2001. Manajemen pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.Manajerial. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia. 2001.

Yogas Martinus. 2018. Pengaruh Inovasi Produk,Harga,Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung.Yogyakarta.Repository Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

Peter,J Paul dan Olson, Jerry C, Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran,Edisi Keempat.Erlangga

Philip Kotler, 2005. Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Schiffman,L.G., & Kanuk,L.L.2010. Consumer Behavior:New Jersey. Pearson Prentice Hall

Sri Devi.2015. Pengaruh Citra Merek, Inovasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung.Repository Universitas Sanata Dharma.Yogyakarta

Stanton, William. J, 2000. Prinsip Pemasarn. Edisi Revisi, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono, 2004. Metode Penelitian Bisnis, Bandung: Alfabeta, Cetakan Keenam.

Suharyadi dan Purwanto, 2004. Statistika Untuk Ekonomi & Keuangan Modern,

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko, 2000. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE UGM.

Tamamudin, 2012. Analisis Pengaruh Pengenalan Merek, Persepsi Kualitas, Harapan Konsumen Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Membeli Dan Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen (Studi Kasus: Produk Batik Sutra Halus Merek Tamina). *Jurnal Penelitian* Vol. 9, No. 2, November 2012.

Taufiq Ranchman .2021. Prngaruh Inovasi , Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Asus. *Jurnal Pelita Bangsa*. Bekasi

Tjiptono, Fandy, 2001. *Kualutas Jasa: Pengukuran, Keterbatasan dan Impikasi Manajerial*. Jakarta: Majalah Manajemen Usahawan Indonesia.

Tjiptono, Fandy, 2008. *Strategi Peasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.

Ummar, Husein, 2003. “Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa”, Cetakan Pertama, Ghalia Indonesia.