

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. & Nst, M Oloan. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, Vol.6, No.. ISSN 2252-844X.
- Azzuri, I (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy (Studi Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol 10, No 5. e-ISSN: 2461-0593.
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA – Vol. V, No. 1*. ISSN : 2252-5483.
- Data pengguna hp di indonesia. Diakses Oktober 5, 2021, jam 16.50 dari [www.statista.com: https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/](https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/).
- Deisy, M, Lopian, J, etc. (2018). *Analysis Of Brand Image, Product Price And Quality Of Purchasing Decision For Samsung Handphone At Celuler Outlets It Center Manad*. *Jurnal EMBA* Vol.6 No.4. Hal. 2288 – 2297
- Faritzal, A, Lestri, C, Raihan, B, etc. (2021) *The Influence of Price, Product Quality, and Brand Image on Purchase Decisions for Ultra UHT Milk Products During the Covid-19 Pandemic in Indonesia*. *Review Of International Geographical Education*. Issn: 2146-0353 • © Rigeo • 11(5).
- Fera & Pramuditha, C. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*. Vol. 3 No. 1. Hal 1-13.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haramaini, N, Rachma, Etc. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E–Jurnal Riset Manajemen*. Hal 95-111.
- Hendro, C & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-8.

- Kotler dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: PT Erlangga.
- Kristo, Fino Yurio. (2014). *Mengenal Xiaomi, Bukan Ponsel China Biasa*. <http://inet.detik.com/read/2014/06/09/151504/2603083/317/3/mengenal-Xiaomi-bukan-ponsel-china-biasa> diakses pada tanggal 8 Oktober 2021 jam 11.00 WIB.
- Laila, E & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* Vol 06 No 01. ISSN: 2337-6708.
- Listiana & Aida, N. (2021). Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi. *Jurnal Pamatator*. Volume 14 No 1. Hal. 72-78. ISSN: 1829-7935.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*. Vol. 2 No. 2. ISSN 2623-0690. 2655-3813.
- Mubarok, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng “Bresto” Di Ud. Arshaindo, Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*. Vol 06 No 04. ISSN: 2337-6708.
- Ningsih, S & Pradanawati, S. (2021). *The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision (Case Study On Gea Geo Store)*. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed International Journal*. Vol-5 Issue-3, 2021 (IJEBAR). E-ISSN: 2614-1280 P-ISSN 2622-4771.
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol, No 3. Hal 52 – 58. ISSN 2598-0823, 2598-2893.
- Perbandingan market share di akses pada tanggal 5 Oktober (2021) jam 16.35 <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP46346820>.
- Prabowo, R, Indriyaningrum, K & Setyani, A. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi Di Kota Semarang). *Majalah Ilmiah Solusi*. Vol. 18, No. 4. P-ISSN : 1412-5331 E-ISSN : 2716-2532.

- Prasetijo, Ristiyanti dan Lhalauw, John. (2018). *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta.
- Rijadi, M & Hidayat, I. (2019). Pengaruh Promosi, Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Vivo. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. e-ISSN: 2461-0593.
- Sciffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks.
- Septayuda, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi-4x. *Jurnal Ilmiah MBiA, Vol.16 No.2*, 127 - 136.
- Setiawan, A, Mansyur, A, etc. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Penelitian Pada Mahasiswa Aktif Institut Stiami Pusat. *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol 1, (2), Hal 81 – 84. e-ISSN: 2775-2615
- Simamora, Bilson. (2014). *Aura Merek (Tujuh Langkah Membangun Merek Yang Kuat)*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi 2. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Volume pengiriman barang dan market share:<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS47410621> di akses pada tanggal 5 Oktober 2021 jam 16.10. Dipetik Oktober 5, 2021, jam 16.40 dari idc.com.
- Wahid, E & Sobari, H. (2020). Pengaruh *Brand Image* Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Siswa SMA Negeri 1 Ciawi). *Jurnal Ekper Vol.4 No.2*. Hal 26-43. P-ISSN: 2548-7990 I E-ISSN: 2621-3036
- Wirawan. I & Seminari, N. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 10, No. 5*. Hal 416-435. ISSN : 2302-8912.