

DAFTAR PUSTAKA

- Azzuri, I. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy (Studi pada Mahasiswa STIESIA Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–17.
- Bramanti, P. M., & Sutanto, J. E. (2022). the Effect of Service Quality and Price on Purchase Decisions Mediated By Brand Image. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 67–77. <https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpument/DOI:https://doi.org/10.51715/husocpument.v2i2.155>
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75. https://scholar.google.com/scholar?q=Pengaruh+Citra+Merek,+Harga+Dan+Promosi+Terhadap+Keputusan+Pembelian+Handphone+Merek+Oppo+Di+Sleman+Daerah+Istimewa+Yogyakarta&hl=id&as_sdt=0,5
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, E., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima). *Business Management and Entrepreneurship*, 2(September), 14. [file:///D:/SEMESTER 8/JURNAL/jurnal fix smartphone/jurnal xiaomi 2020.pdf](file:///D:/SEMESTER%208/JURNAL/jurnal%20fix%20smartphone/jurnal%20xiaomi%202020.pdf)
- Haramaini, N., Rachma, N., & Afi Rachmat, S. (2019). Prodi Manajemen Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 8(18), 218–230.
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi Dan Pajak*, 18(2), 174. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.114>
- Hendrayani, E., Sitinjak, W., Kusuma, G. P. E., Yani, D. A., Yasa, N. N. K., Chandrayanti, T., Wisataone, V., Wardhana, A., Sinaga, R., & Hilal, N. (2021). Konsep Bauran Pemasaran 4P dan 7P. *Manajemen Pemasaran: Dasar Dan Konsep*, June, 126.
- Husni Mubarak. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng “Bresto” Di Ud. Arshaindo, Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 6(4), 79–88.

- Kotler, & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran* (H. Maulana (ed.); 13th ed.). Erlangga.
- Laila, E. J., & Sudarwanto, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Listiana, L., & Aida, N. (2021). Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi. *Pamator Journal*, 14(1), 72–78. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.10121>
- Lumban, R., Afifah, F. N., Baihaqi, H., & Pramesti, I. (2019). Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta). *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 112–119. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.942>
- Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>
- Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU OLAH RAGA MEREK ADIDAS (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>
- Prihartono, R. M. S. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 4(1), 106–113. <http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD>
- Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHA Dequity Jurnal MANAJEMEN*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>
- Rina, Santia, A., Noor, A. S., & Firdaus. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Harga, Tipe, Fitur dan Gaya Hidup Terhadap Pemilihan Jenis Smartphone Android

di Masa Pandemi (Studi pada Konsumen Gadgetmart di Banjarmasin). *Prosiding Hasil-Hasil Penelitian Dosen-Dosen Uniska*, 8–28. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PPDU>

Sugiyono. (2019). *In Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabetha.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.

Tolan, M. S., Frendy, T., Pelleng, A. O., Puntuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). *Productivity*, 2(5), 360–364.

Wirawan, I. P. G. A. A., & Seminari, N. K. (2021). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Smartphone adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, dengan fungsi yang menyerupai komputer. Saat ini telepon bekerja menggunakan seluru. *Jurnal Manajemen*, 10(5), 416–435.

Andi Offset. Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.

Assauri, Sofjan. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

Assauri, Sofjan. (2010). *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep dan Strategi* (Edisi 1, Cetakan Kesepuluh). PT. RajaGrafindo Persada, Jakarta.

Azzuri, I. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy (Studi pada Mahasiswa Stiesia Surabaya). *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(5), 1–17.

Bramanti, P. M., & Sutanto, J. E. (2022). the Effect of Service Quality and Price on Purchase Decisions Mediated By Brand Image. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3), 67–77. <https://www.publication.idsolutions.co.id/journals/index.php/husocpument/DOI:https://doi.org/10.51715/husocpument.v2i2.155>

Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, V(1), 61–75.

Darmawan, Didit. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik. *Skripsi*. Volume 1 Nomor 1.

- Daryanto. (2011). Sari Kuliah Manajemen Pemasaran. Satu Nusa , Bandung.
- Defriansyah, Doni. (2016). “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung”, Jurnal Ilmiah Bisnis dan Terapan Tahun XIII No 2, Oktober 2016
- Edward, Syafruddin Chan, Shabri Abdul Majid. (2017). “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple Di Banda Aceh”. Banda Aceh.
- Engel, J.F.R.D. Bbackwell dan P.W Miniard. (2004). Perilaku Konsumen. Jakarta: Bina Rupaksara
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, E., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Merek Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stie Bima). Business Management and Entrepreneurship, 2(September), 14. [file:///D:/SEMESTER 8/JURNAL/jurnal_fix smartphone/jurnal xiaomi 2020.pdf](file:///D:/SEMESTER%208/JURNAL/jurnal_fix_smartphone/jurnal_xiaomi_2020.pdf)
- Haramaini, N., Rachma, N., & Afi Rachmat, S. (2019). Prodi Manajemen Surabaya. Jurnal Riset Manajemen, 8(18), 218–230.
- Hamidah, Siti. (2013). "Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia)", Jurnal Ekonomi, Volume 21 Nomor 4, Desember 2013
- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. Jurnal Akuntansi Dan Pajak, 18(2), 174. <https://doi.org/10.29040/jap.v18i2.114>
- Husni Mubarak. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng “Bresto” Di Ud. Arshaindo, Gresik. Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN), 6(4), 79–88.

- Iduwan. (2012). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung: Alfabeta.
- Iskandar. (2008). *Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Jogyakarta)*. (2008). *Pedoman Survey Kuesioner*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa Imam Nurmawan. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, & Keller. (2010). *Manajemen Pemasaran* (H. Maulana (ed.); 13th ed.). 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. J., & Sudarwanto, T. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Rabbani Di Butik Qta Ponorogo*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 1(2), 1–9.
- Laheba Yitzhak Armando, dkk. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Fitur Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa FEB Unsrat Manado)*. *Jurnal EMBA*. Vol.3 No.3 Sept. 2015, Hal. 99-108
- Listiana, L., & Aida, N. (2021). *Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi*. *Pamator Journal*, 14(1), 72–78. <https://doi.org/10.21107/pamator.v14i1.10121>
- Lumban, R., Afifah, F. N., Baihaqi, H., & Pramesti, I. (2019). *Seberapa Besar Kualitas Produk Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat (Sensus Pada Komunitas Honda Beat Purwakarta)*. *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)*, 7(1), 112–119. <https://doi.org/10.33884/jimupb.v7i1.942>
- Miati, I. (2020). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar)*. *Abiwarra: Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>
- Munge, Monica dkk. (2020). *Application of the 4 Ps Marketing Mix by Micro and Small-Scale Traders in Kenya. Impact on Household Incomes*. *Journal of Applied Economic Sciences*. Volume XV, Fall 3(69): 654-664.

Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>

perbandingan market share di akses pada tanggal 5 Oktober (2021) jam 16.35
<https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP46346820>

Prabowo, R. E., Indriyaningrum, K., & Setyani, A. D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olah Raga Merek Adidas (Studi di Kota Semarang). *Solusi*, 18(4). <https://doi.org/10.26623/slsi.v18i4.2846>

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16. <https://doi.org/10.29264/jkin.v14i1.2445>

Prasetijo, Ristiyanti dan Lhalauw, John. (2009). *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta

Ramadani, M. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Handphone. *IQTISHA Dequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 36–46. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.540>

Rina, Santia, A., Noor, A. S., & Firdaus. (2021). Analisis Pengaruh Faktor Harga, Tipe, Fitur dan Gaya Hidup Terhadap Pemilihan Jenis Smartphone Android di Masa Pandemi (Studi pada Konsumen Gadgetmart di Banjarmasin). *Prosiding Hasil-Hasil Penelitian Dosen-Dosen Uniska*, 8–28. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/PPDU>

Schiffman dan Kanuk. (2004). *Consumer Behavior*, Prentice Hall International, Inc, New York.

Schiffman, LG and kanuk LL. (2006) *Consumer Behavior*. 7th Ed., Prentice Hall International.

Sciffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta: Indeks

Sekaran. (2006). *Research Methods for Business*. Jakarta: Salemba Empat. Shimp, Ternce A, (2003), *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi*

Simamora, Bilson. (2002). *Aura Merek (Tujuh Langkah Membangun Merek Yang*

- Kuat). Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Simamora, Bilson. (2004). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Edisi Kedua, Cetakan ke-1). Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Bisnis. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana. (2013). Metode Penelitian Pendidikan. Bandung. Remaja Rosdakarya.
- Sunyoto, Danang. (2015). Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta: CAPS.
- Sutisna dan Prawita, Teddy. (2001). Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT Remaja Rodakarya.
- Sutrisno, Hadi. (2004). Statistik. Yogyakarta: Andi Offset.
- Swastha Basu dan Irawan. (2010). Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tjiptono, Fandy. (2019). Strategi Pemasaran (Edisi 4). Andi, Yogyakarta.
- Zayede Kenu, Abebe. (2018). Effect of Marketing Mix Strategy on Performance of SMEs Evidence from Selected Manufacturing Enterprises in Southern Region, Ethiopia. *International Journal of Science and Research (IJSR)*. ISSN: 2319-7064.
- _____. (2019). Pengaruh Iklan, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Helm Kyt Di Surabaya. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Peerbanas.
- “Top Brand Awards”. (2021) diakses pada 20 Mei 2022, https://www.topbrand-award.com/en/top-brand-index-int/?tbi_index=Top%20Brand&tbi_year=2018-2022

“Undang Undang berkendara”. (2009) diakses pada 12 Oktober 2022 <https://otofemale.grid.id/read/372906654/jangan-ngeyel-wajib-pakai-helm-termasuk-bagi-boncenger-ada-aturannya-gaes?page=all>

“ Perkembangan Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Jenis ”, (2018) diakses pada 16 Oktober 2022, <https://www.bps.go.id/indicator/17/57/1/jumlah-kendaraan-bermotor.html>

“ Sejarah Helm KYT”. (2019) diakses pada 28 januari 2023,

