

DAFTAR PUSTAKA

- Ah'sani, A. F., & Purnomo, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi) di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*, 2(2), 136–139. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jkim%0APengaruh>
- Ahmad, R. F., Arifin, R., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh *Brand Image*, *Price Perception*, *Fitur*, dan *Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiomi (Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 104–114.
- Alfatih, A. (2021). *Cara Mudah Kerjakan Penelitian Metode Kuantitatif Eksplanatif (Confirmatory) 2 Variable : X Dan Y* (A. Alfatih (ed.); 1st ed.). UNSRI PRESS. https://repository.unsri.ac.id/101568/1/seting_buku_Konfirmatori2021.pdf
- Ambarkahi, R. P. Y., Universitasari, P. S., Chairina, R. R. L., Nugraheni, P. P. A., & Ayuni, C. H. I. T. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan pada Rumah Makan Gudeg Lumintu di Kabupaten Jember. *Politeknik Negeri Jember*, 32(3), 167–186.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2023). *Manajemen Pemasaran* (U. Saripudin (ed.); 1st ed.). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., Soputra, J. H., Waworuntu, A., Madrianah, Widarman, A., Verawaty, Hasniaty, & Risakotta, T. K. (2020). *Produk dan Merek* (Fachrurazi (ed.); 1st ed.). PT Global Eksekutif Teknologi.
- Firmansyah, A. (2019). *Buku Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.); 1st ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Gunawan, E., & Nurdin, H. (2020). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli *Smartphone* Merek “Xiaomi.” *Business Managemen and Entrepreneurship Journal*, 2(3), 8–21.
- Kogoya, N., Ismail, A. M., Ambarkahi, R. P. Y., & Wiguna, A. A. (2021). Pengaruh Harga, KualitasvPelayanan, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Warung Makan Bakson Kabut di Kabupaten Jember. *Jurnal Manajemen Agribisnis Dan Agroindustri*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.25047/jmaa.v1i1.3>
- Kompas.com. (2025). *Indonesia Masuk 5 Besar Pengguna Smartphone Terbanyak di Dunia*. <https://tekno.kompas.com/read/2025/06/30/18040037/indonesia-masuk-5-besar-pengguna-smartphone-terbanyak-di-dunia>
- Lubis, A. S. (2021). *Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Ilmu Manajemen* (T. K. C. A. RIZKY (ed.); 1st ed.). CV. AA. RIZKY.

- Muin, A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In *Literasi Nusantara Abadi* (1st ed.). CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nugraha, R. A., Sustiyatik, E., & Andarini, M. (2019). Pengaruh *Brand Image* dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi di Kota Kediri (Studi Kasus pada Garden Cell Kediri). *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 2(2), 281–296.
- Parulian, Y. J. E., & Nilasari, I. (2025). Pengaruh Citra Merek, Fitur Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Air Minum dalam Kemasan Merek Club di Kota Bandung. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Akuntansi)*, 9(3), 578–593.
- Prabowo, I. J. K. G., & Nurhadi. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli (Studio pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY Pengguna Iphone). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia*, 5(3), 246–256.
- Prakoso, Z., & Rusdianto, R. Y. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Online Consumer Review*, dan Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung (Studi Kasus pada Pengguna *Smartphone* Samsung di Kota Surabaya). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(4), 3615–3632.
- Prawira, Y. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pelanggan. *Developing Employability for Business*, 3(6), 71–76.
- Purnomo, R. A. (2016). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. In P. C. Ambarwati (Ed.), *Wade Group Ponorogo* (1st ed.). CV. wade Group.
- Putra, I. K. A. S., & Winata, I. G. K. A. (2026). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Minat Beli iPhone Melalui Persepsi Kualitas pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Undiksha. *YUME: Journal of Management*, 9(2), 659–670.
- Putri, L. N. A., Agustin, A., Fauzi, H., Ponto, Z. O., Sugiarto, V., & Suriyanti. (2024). Analisis Persepsi Harga, Minat Beli dan Kinerja Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bahasa Indonesia*, 02(01), 81–87.
- Rendy, Zamhari, & Lestari, D. S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur dan Desain Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Xiaomi di Kota Pangkalpinang. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*, 8(1), 17. www.stie-ibek.ac.id
- Rozak, A., & Hidayati, W. S. (2019). *Pengolahan Data Dengan SPSS* (E. Munastiri & AShlihah (eds.); 1st ed.). Erhaka Utama.
- Santoso, A. D., Kamase, J., Gani, A. A., & Gani, A. (2022). Pengaruh Kualitas, Harga dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*. *Center of Economic Students Journal*, 5(4), 375–391. <https://doi.org/10.56750/csej.v5i4.555>

- Saputra, F., & Cokki. (2025). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pengguna Smartphone Xiaomi di DKI Jakarta. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 07(04), 1242–1249.
- Sari, H. P., & Rahmawaty, P. (2017). Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 6(4), 222–237. <https://doi.org/10.1007/s00106-016-0261-4>
- Sihotang, H. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif*. In E. Murniati (Ed.), *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. (1st ed.). Universitas Kristen Indonesia.
- Simarmata, H. M. P. (2022). Peningkatan Kepuasan Konsumen dengan Model *Servqual*. *Cemerlang : Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2(4), 01–14. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v2i3.222>
- Steven, J., Komariah, N. S., & Anas, H. (2024). Pengaruh *Social Media Marketing*, Inovasi Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli pada *Smartphone* Xiaomi Seri Redmi (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bhayangkara Jakarta Raya). *Jurnal Manajemen Bisnis Era Digital*, 1(3), 185–200. <https://doi.org/10.61132/jumabedi.v1i3.282>
- Sudirman, A., Akib, S., Sari, E. J., Hamizar, A., Karnudu, F., Hanifah, Yusanto, Y., Putra, D. S., Athalarik, F. M., Yudawisastra, H. G., Yanti, N. N. S. A., Mamengko, R. P., & Putri, D. E. (2024). *Manajemen Merek* (E. Damayanti (ed.); 1st ed.). Widina Media Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Bandung: Alfabeta*. (19th ed.). Penerbit Alfabeta.
- Sundari, E., & Hanafi, I. (2023). *Manajemen Pemasaran* (D. Pratama (ed.); 1st ed.). UIR PRESS.
- Umam, K., & Nofiawaty. (2024). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pempek di Saga Sudi Mampir Demang Lebar Daun Palembang. (*JIMEA*) *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi*, 8(3), 2044–2058.
- Zusrony, E. (2021). Perilaku konsumen di Era Modern. In R. A. Kusumajaya (Ed.), *Jakarta: Indeks* (1st ed.). Yayasan Prima Agus Teknik.