

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Pratama dan Sadar. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4 (1), 31-41.
- Cahaya dan Hati. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Sony Xperis Seri Z Di Counter Insight Plaza Marina Surabaya.
- Dewi Astuti dan Sri Ernawati. (2020). Strategi Promosi Dan Wor Of Mouth Dalam Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Produk Woven. *Jurnal Distribusi*, 8 (2), 225-238.
- Haritsa, D. (2020). Disertasi Doktor, IAIN Purwokerto. *Jurnal Manajemen*.
- Isra, Agus, dan Rina. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android Pada Masyarakat Wonogiri. *Seminar Nasional & Call For Paper*, 858-866.
- Istiyanto, B. (2017). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta). *EKSIS*, Vol 12, No 1.
- Larassati Pratiwi Supu, Bode Lumanauw, dan Jane Grace Poluan. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Smartphone* Samsung Di Manado. *Jurnal EMBA*, 9 (3), 919-928.
- M. Afif Salim, AB (2021). Studi Penanggulangan Dampak Banjir Kabupaten Pekalongan. *Rang Jurnal Teknik*, 295-303.
- Toko Mi. (t.yr.). Dipilih 04 22, 2022, dari Daftar Harga Xiaomi: <https://mobile.mi.co.id/id/>
- MUBAROKAH, VS (2021). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* OPPO. dan.

- Muhammad Bagus Muliando, Joko Widodo, dan Sri Wahyuni. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa FKIP Universitas Jember). *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 15 (1), 110-114. doi:10.19184/jpe.v15il.20153
- Naomi, Antonio dan Ronald. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Trik Konsumen Dalam Pembelian *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus Pada Mahasiswa Pengguna *Smartphone* Xiaomi di Universitas Nusa Cendana). *Jurnal Manajemen*, 11 (1), 49-64.
- Nofita Sumpu dan Altje L. Tumbel. (2018). Analisis Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016). *Jurnal EMBA*, 6 (4), 2528-2537.
- Nugraha, HM (2022).  *sinyal pencarian* . Diambil kembali dari Bacaterus Digital Media: <https://carisignal.com/kelahan-dan-kekurangan-hp-xiaomi/>
- Nur Cahya dan Muchsin Saggaf Shihab. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Studi Kasus *Smartphone* Asus di PT. skrip data. *Jurnal Kewirausahaan, Manajemen, dan Industri (JEMI)*, 1 (1), 34-46.
- Pasha, Hardiyono, dan Fadilah. (2020). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Di Makassar. *Pengembangan Manajemen Jurnal Penelitian Terapan*, 3 (1), 18-32.
- Ponsel pintar* . (2022, 23 Maret). Diambil kembali dari Wikipedia: [http://id.m.wikipedia.org/wiki/ponsel\\_cerdas](http://id.m.wikipedia.org/wiki/ponsel_cerdas)
- Retry Nanda dan Tiara Dewi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Melalui Niat Beli Sebagai Variabel Intervining. *E-Journal Administrasi Bisnis*, 7 (4), 409-423.

- Riyanto Setiawan Suharsono dan Rini Purnama Sari. (2019). Pengaruh Media Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *Jurnal Aplikasi Manajemen dan Inovasi Bisnis*, 1 (2), 2621-3230.
- Rudi Susanto. (2021). Pengaruh Harga dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo Di Kecamatan Ciputat Timur Tangerang Selatan. *Jurnal Bisnis Terapan dan Ekonomi*, 7 (4), 450-457.
- Saidah dan Budianto. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo. *Jurnal Ilmu dan Penelitian Manajemen*, 7 (1), 1-17.
- Sarah Septiani dan Bono Prambudi. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo. *Jurnal Manajemen*, 14 (2), 153-168.
- Seira Aryatilandi, Asep Muhammad Ramdan, dan Erry Sunarya. (2020). Analisis Word of Mouth dan Brand Image Keputusan Pembelian *Smartphone* di Kota Sukabumi. *Dewantara Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3 (1), 54-65.
- Siti Nur Hayati. (2017). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Samsung Di Yogyakarta. *JBMA*, 4 (2), 60-69.
- Suri Amalia dan M. Oloan Asmara Nst. (2017). Pengaruh *Brand Image*, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6 (1), 660-669.
- Wahyuni, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi. *Disertasi Doktor, IAIN Purwokerto*.
- Yulia, Federick, dan Fitty. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, *Brand Image*, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unsrat Tahun 2019-2020. *Jurnal EMBA*, 10 (1), 279-288.