

Daftar Pustaka

- Adrianda, A. (2016). *Komunitas sebagai brand ambassador*. (Tesis Master, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=book_detail&sub=BookDetail&act=view&typ=html&book_id=106393&obyek_id=4&unitid=&jenis_id.
- Algesheimer, R., Dholakia, U. M., & Herrmann, A. (2005). The social influence of brand community: Evidence from european car clubs. *Journal of Marketing*, 69, 19-34. Diakses dari https://www.jstor.org/stable/30162054?seq=1#page_scan_tab_contents
- Arifani, W. N. (2015). *Brand Community Idol Group di Indonesia: Studi Kasus pada Fanbase JKT 48 Jogja Fans Club*. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://lib.ugm.ac.id/ind/?page_id=248
- Astungkara, R. (2017). Pengaruh Tayangan “unboxing Video” terhadap Opini Mahasiswa atas Produk Smartphone Xiaomi. (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://lib.ugm.ac.id/ind/?page_id=248
- Badari, B. A., Estawara, H. (2012). Linearitas Pergeseran Pemikiran Marketing dan Komunikasi Berdasarkan Perkembangan Teknologi Media. *Journal of Strategic Communication*, 3(1), 68-74. Diakses dari https://www.academia.edu/34334785/Linearitas_Pergeseran_Pemikiran_Marketing_dan_Komunikasi_Berdasarkan_Perkembangan_Teknologi_Media
- Basalamah, F. M. (2010). Pengaruh komunitas merek terhadap word of mouth. “*Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*. 17, 79-89. Diakses dari <http://journal.ui.ac.id/index.php/jbb/article/download/629/614>
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Juric, B. & Ilic, A. (2011). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implication for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271. Doi: 10.1177
- Budiman, R. (2015, April 14). Diakses dari <http://yogyakarta.panduanwisata.id/night-live/komunitas-motor-honda-klasik-dan-matic-di-jogja/>

- Clinton, B. (2018, Oktober 30). Xiaomi Lewati Target 100 Juta Smartphone pada 2018. *Tekno Kompas*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/10/30/15070007/xiaomi-lewati-target-100-juta-smartphone-pada-2018>
- Dhiraz, A. B. (2013). Chinese Smartphone Maker Xiaomi Says It Sold 10 Million Mi-2 Smartphone. *Ceoworld Magazine*. Diakses dari <https://ceoworld.biz/2013/09/24/chinese-smartphone-maker-xiaomi-says-it-sold-10-million-mi-2-smartphones-198010/>
- Econsultancy. (2011). Customer engagement report. Diakses dari <http://econsultancy.com/us/reports/customer-engagement-report>
- Felita, C. I. & Japariato, E. (2015). Analisa pengaruh customer experience terhadap customer loyalty dengan customer engagement dan customer trust sebagai variabel interveninf di the body shop. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-10. Diakses dari <https://media.neliti.com/media/publications/140134-ID-none.pdf>
- Fournier, S. & Lee, L. (2009). *Getting brand communities right*. Harvard Business Review, April 2009, 105-111. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/267922065_Getting_Brand_Communities_Right
- Godeliva, G. S. (2017). *Analisis Pengaruh Kecintaan Jenama Pada Advokasi Jenama*. (Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=131124&obyek_id=4
- GSMarena. (n.d.). Spesifikasi Mi2. Diakses dari https://www.gsmarena.com/xiaomi_mi_2-4928.php
- GSMarena. (n.d.). Spesifikasi Mi3. Diakses dari https://www.gsmarena.com/xiaomi_mi_3-5678.php
- Hendrawan, R. (2016, Februari 29). Tahun 2016 Xiaomi Fokus Ke Pasar Indonesia. *Berita Teknologi*. Diakses dari <https://www.beritateknologi.com/tahun-2016-xiaomi-fokus-ke-pasar-indonesia/>
- IDC. (2017). *Smarthphone vendor market share*. Diakses dari: <http://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor>

- Jaakole, E., & Alexander, M. (2014). The Role of Customer Engagement Behavior in Value Co-Creation: A Service System Perspective. *The Journal Service Research*. 17(3), 247-261. DOI 10.1177/1094670514529187
- Jaeni, A. (2017). We Are Mifans Jakarta Just For Mifans. Diakses dari <https://c.mi.com/thread-168247-1-1.html>
- Jeko, I. R. (2017, Oktober 27). Xiaomi anggap MiFans jadi komunitas paling loyal. *Liputan 6*. <https://www.liputan6.com/tekno/read/3142643/xiaomi-anggap%20-mi-fans%20-jadi-komunitas-paling-loyal>
- Kalman, D. M. (2009). *Brand communities, marketing, and media*. Diakses dari www.terrella.com/bcmarketingwp2.pdf.
- Kanthavanich, P. (2011). *Online brand advocates of luxury fashion accessories*. (Tesis Disertasi, Universitas Bedfordshire). Diakses dari <http://uobrep.openrepository.com/uobrep/bitstream/10547/265453/1/kanthavanich.pdf>.
- KBBI*. Diakses dari <https://kbbi.web.id/merek>
- Kriyantono, R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Marketing Science Institute. (2010). *2010-2012 Research Priorities*. Diakses dari <http://image.sciencenet.cn/olddata/kexue.com.cn/upload/blog/file/2010/9/201091515178616316.pdf>
- Marsyaf, M. I. (2018, Juni 24). Pendapatan Xiaomi Tahun 2017 Lampau USD16 Miliar. *Sindo News*. Diakses dari <https://autotekno.sindonews.com/read/1315997/122/pendapatan-xiaomi-tahun-2017-lampau-usd16-miliar-1529839582>
- Maryudi. (2016). *Strategi pengurusan jenama telekomunikasi bimbit prabayar dalam perserikatan akademik indonesia*. (Disertasi doktoral, Universitas Utara Malaysia). Diakses dari <http://repository.unimal.ac.id/2625/>.
- Matos, C. A. & Rossi, C. A. V. (2008). Word of mouth communication in marketing: A meta analytic review of the antecedents and moderators. *Juornal Academy of Marketing*. 36, 578-596. DOI 10.1007/117700801211

- Maurya, U. K. (2012). What is a brand? A perspective on branding meaning. *European Journal of Business and Management*. 4 (3), 122-133. Diakses dari <http://www.iiste.org/Journals/index.php/EJBM/article/view/1322>
- McAlexander, J. H. & Koenig, H. F. (2010). Contextual influences: Building brand community in large and small colleges. *Journal of Marketing for Higher Education*. 20(1), 69-84. Doi: 10.1080/08841241003788086
- Millward, S. (2011, July 15). Xiaomi Phone Specs Leak – Dual-Core Android Coming This Year. *Techinasia*. Diakses dari <https://www.techinasia.com/xiaomi-phone>
- Millward, S. (2014, July 2). Xiaomi sells 26.1 million smartphone in first half of 2014, still on target for 60 million this year. *Techinasia*. Diakses dari <https://www.techinasia.com/xiaomi-sold-26-million-phones-in-first-half-2014>
- Muniz, A. M. & O’Guinn, T. C. (2001). Brand community. *Journal of consumer research*, 27(4), 412-432. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/24099072_Brand_Community.
- Nisa, H. (2016). *Analisis pengaruh efek country of origin, perceived quality, dan persepsi atas kekauatan virtual consumer community xiaomi pada brand loyalty konsumen xiaomi*. (Tesis master, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=book_detail&sub=BookDetail&act=view&typ=html&ext&buku_id=96091&obyek_id=4&unitid=&jenis_id=
- Nistanto, R. K. (2014, November 5). Xiaomi Investasi Demi TV Pintar. *Tekno Kompas*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2014/11/05/12120067/Xiaomi.Investasi.Demi.TV.Pintar>
- Nistanto, R. K. (2015, Januari 19). Bos Xiaomi Salah Duga sola Mifans Indonesia. *Tekno Kompas*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2015/01/19/19400017/Bos.Xiaomi.Salah.Duga.soal.Mi.Fans.Indonesia?page=all>
- Patterson, P., Yu, T., & de Ruyter, K. (2006). Diakses dari <https://studylib.net/doc/18335381/understanding-customer-engagement-in-services-paul-patterson>

- Pedersen, J. G., Christensen, A. S., Meng, X. & Rao, J. (2015). Case study, Xiaomi intergrating user-driven innovation and the organizational design. *Innovation Management - Sino-Danish Center*, 1-41.
- Pertiwi, A. (2014). *Penggunaan brand community sebagai alat komunikasi pemasaran*. (Tesis Master, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta) Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=bookdetail%20&sub=BookDetail&act=view&typ=htmlext&buku_id==77222&obyek_id=4&unitid=1&jenis_id=.
- Purnomo, I. D., (2011). *Pengaruh Promosi Penjualan Produk-Produk Keterlibatan Rendah Pada Niat Pembelian Product Trial Dengan Brand Awareness Sebagai Moderasi*. (Skripsi, Universitas Sebelas Maret, Surakarta). Diakses dari <https://core.ac.uk/download/pdf/12348400.pdf>
- Rachmatunisa. (2015, Januari 16). Cerita Mifans, Bintang Iklan Gratisan Xiaomi. *Detik net*. Diakses dari <https://inet.detik.com/consumer/d-2805221/cerita-mi-fans-bintang-iklan-gratisan-xiaomi>
- Rahman, A. F. (2017, Desember 30). Komunitas Mifans di Indonesia tembus 300 ribu anggota. *Detiknet*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d3791675/%20komunitas-mi-fans-di-indonesia-tembus-300-ribu-anggota>
- Ries, A. & Trout, J. (2000). *Positioning The Battle for Your Mind*. [e-book]. Diakses dari <http://dreamsupport.us/justin/Books%20&%20Textbooks/Business/Positioning%20The%20Battle%20for%20Your%20Mind.pdf>.
- San, L. Y. (2016). *Pengaruh kepercayaan jenama, persatuan jenama, kesetiaan jenama, dan ekuiti jenama dalam ruang siber: Pembelian kekerapan atas talian sebagai moderator*. (Disertasi doktoral, Universitas Sains Malaysia). Diakses dari http://eprints.usm.my/31562/1/LIM_YING_SAN_24.pdf
- Sasmita, A. S. (2015). Brand Engagement in Online Brand Community: Case Study JKT 48 No Fansu. (Tesis, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://lib.ugm.ac.id/ind/?page_id=248

- Shen, S. (2013, October 3). Xiaomi outperforms HTC to become fifth most used smartphone brand in China, says Trendforce. *Digitimes*. Diakses dari <https://www.digitimes.com/news/a20131003PR207.html>
- Shimp, T. A. (2003). *Periklanan Promosi: Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta, Erlangga
- So, K. K. F., King, C., & Sparks, B. A. (2015). *Extending the Tourism Experince: The Role of Customer Engagement*. [e-book]. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/283492077_Extending_the_Tourism_Experience_The_Role_of_Customer_Engagement
- So, K. K. F., King, C., & Sparks, B. A. (2014). Customer engagement with tourism brands: Scale development and validation. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(3), 304-329.
- Soeprijadi, A. (2016). Pengaruh Komunitas Jenama pada Loyalitas Jenama: Studi pada Nissan March Indonesia (March-I). (Skripsi, Universitas Gadjah Mada, Yogyakarta). Diakses dari http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=99965&obyek_id=4
- Terechshenko, M. & Radionova, V. (2011). *Brand Communities: A quantitative study of brand community influence on prospective and existing members*. (Tesis Master, Universitas Umea). Diakses dari "http://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:427282/FULLTEXT02
- Top Brand Index. (2019). *Kategori: Telekomunikasi/IT*. Diakses dari <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Vivek, S. D., Beatty, S. E., Morgan, R. M. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationship beyond purchase. *The Journal of Marketing Theory and practice*, 127-145. Doi: 10.2307/23243811.
- Wahyudi, R. (2014, January 3). 2013, Xiaomi Sukses Pasarkan 18 Juta Android. *Tekno Kompas*. Diakses dari <https://tekno.kompas.com/read/2014/01/03/1114091/2013.Xiaomi.Sukses.Pasarkan.18.Juta.Android>

- Yang, S. U. & Kang, M. (2009). Measuring blog engagement: Testing a four-dimensional scale. *Journal of Public Relations*. 35, 323-324. DOI 10.1016/200905004.
- Yin, R. K. (2006). *Studi Kasus: Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Instagram

- Mifans Jakarta. (2019). Poster Kopdar. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/By1QeMwHdpd/>
- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan Kopdar. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BwCeVmjnZlX/>
- Mifans Jakarta. (2019). Mifans Indonesia. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BvQml1-nXeA/>
- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan bareng Blibli. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BtFSz1mHFZG/>
- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan bareng Shopee. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BzC9ne2HQjn/>
- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan bareng Gojek. [Gambar]. Diakses dari https://www.instagram.com/p/BznZk_NnZmJ/
- Mifans Jakarta. (2017). Kegiatan Donor Darah. [Gambar]. Diakses dari https://www.instagram.com/p/BSVi7NMD-wK/?utm_source=ig_web_copy_link
- Mifans Jakarta. (2017). Kegiatan Bagi-bagi Takjil. [Gambar]. Diakses dari https://www.instagram.com/p/BU4CErXjWNV/?utm_source=ig_web_copy_link
- Mifans Jakarta. (2018). Kegiatan Buka Bersama dan Santunan. [Gambar]. Diakses dari https://www.instagram.com/p/BjPUzUigsbH/?utm_source=ig_web_copy_link
- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan Mi Trip. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BtsLUobnZBA/>

- Mifans Jakarta. (2019). Kegiatan Touring. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BtsK-Renrjy/>
- Mifans Jakarta. (2016). Ulang Tahun Kedua [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BMDiyzABa1M/>
- Mifans Jakarta. (2017). Ulang Tahun Ketiga. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/Ba1Ey1sDr9c/>
- Mifans Jakarta. (2018). Mi Pop. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BiZGIFWAmWl/>
- Mifans Jakarta. (2017). Peluncuran Produk. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/Bhs2yllgim4/>
- Mifans Yogyakarta. (2018). Mi Pop. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/Bk7yQdvAhZ8/>
- Mifans Yogyakarta. (2017). Atribut Komunitas. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BZTE63alEaA/>
- Mifans Yogyakarta. (2018). Kegiatan Peluncuran Produk. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BlpBQFIAs2X/>
- Mifans Yogyakarta. (2018). Ulang Tahun Keempat. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BoEVeKMgSNo/>
- Mifans Yogyakarta. (2017). Ulang Tahun Ketiga. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BZsV72QFwxX/>
- Mifans Yogyakarta. (2016). Ulang Tahun Kedua. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BKi6nhJAACQ/>
- Mifans Yogyakarta. (2015). Ulang Tahun Pertama. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/7tH-QTsqr/>
- Mifans Yogyakarta. (2016). Sahur On The Road. [Gambar]. Diakses dari <https://www.instagram.com/p/BG3swxtMqqC/>