

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap proses keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arikunto. 2015. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Darmoyo, Syarief dan Suhaily, Lily. 2017. Effect Of Product Quality, Perceived Price And Brand Image On Purchase Decision Mediated By Customer Trust (Study On Japanese Brand Electronic Product). *Jurnal Manajemen*/Volume XXI, No. 02, Hal: 179-194
- Fadil, Zaki dan Utama, Priyo. (2015). *Teknik Marketing Itu Mudah*. Yogyakarta: Second Hope
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Promosi , Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*.
- Fitriani, A., & Achmad, G. N. (2021). The Effect Of Brand Identification And Brand Image On Brand Love And Brand Loyalty On Iphone Smartphone Product Users In Samarinda. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(2).
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2014. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang Badan Penerbit UNDIP.
- <https://www.kompasiana.com/farahfauziyyah2967/63079fb604dff0744b11af22/smart-society-5-0-yang-sudah-menjadi-bagian-dari-kita>
- <https://www.mi.co.id/id/about/>
- <https://www.hitekno.com/gadget/2022/01/31/141903/canalys-pasar-smartphone-global-mulai-pulih-seperti-sebelum-pandemi>
- <https://www.idntimes.com/tech/trend/lukita-surhalim/xiaomi-menjadi-brand-no1-berdasarkan-riset-firma-canalys>

<https://katadata.co.id/sitinuraeni/berita/623d8dfb56e15/pengertian-teknologi-jenis-contoh-dan-manfaatnya>

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P dan Armstrong, N. 2012. *Prinsip prinsip pemasaran*. edisi 12. jilid 1. terjemahan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. (2013). *Manajemen Pemasaran*, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip & Gerry Armstrong, 2014 . Principle Of Marketing, 15th edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management 15th*, Global Edition Pearson Education Inc

Kotler, P dan Armstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

Listiana, L., & Aida, N. (2021). Analisis Harga, Kualitas Produk, Citra Merek Dan Keputusan Pembelian Produk Smartphone Xiaomi. *Pamator Journal*, 14(1), 72-78.

Lupiyoadi, Rambat (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

Rai, B. (2021). Factors affecting smartphone purchase intention of consumers in Nepal. *The Journal of Asian Finance, Economics, and Business*, 8(2), 465-473.

Ratri, Lutiary Eka. (2017). *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.

Swastha, Basu Dharmmesta & Hani Handoko. 2012. *Manajemen Pemasaran: Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Yogyakarta : BPFE.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung : ALFABETA

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2016. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Cetakan ke XXIII. Bandung: Alfabeta cv.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad, (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: IN MEDIA
- Tamara, S., Alie, J., & Wadud, M. (2021). The effects of brand image and price on purchase decision of vivo smartphones in Pampangan District. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 2(1), 12-26.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2015). *Service, Quality and Satisfaction*, ed. 3. Andi.
- Tjiptono, & Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran*. In Yogyakarta: Andi. Andi
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Andi Offset.
- Wulandari, F., & Utama, H. B. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Membeli Handphone Realme Di Matahari Singosaren Surakarta. *Kelola*, 7(1), 88-97, ISSN: 2337-5965.  
<https://www.neliti.com/publications/497573/pengaruh-kualitas-produk-harga-dan-promosi-terhadap-keputusan-membeli-handphone>
- Zhafran, A., & Trianasari, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Yang Diterapkan Pada Produk Iphone Terhadap Proses keputusan pembelian Konsumen Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(5).
- Zulkarnaen, A. G., & Soekotjo, H. (2017). Pengaruh Brand Ambassador, Promosi Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Vivo V5 Plus Di Plasa Marina. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 6(11).