

DAFTAR PUSTAKA

- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, 14(13).
- Andriansyah, Y. (2020). *Pandemi viurus corona secara tidak langsung membuat perubahan dalam operasional bisnis*. Brilio.Net.
<https://www.brilio.net/ekonomi/4-manfaat-menggunakan-teknologi-untuk-perusahaan-di-masa-new-normal-200601h.html>
- Bob Foster. (2016). Impact of Brand Image on Purchase Decision on Mineral Water Product "Amidis" (Case Study on Bintang Trading Company). *American Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2, 1–11.
- Djutmiko, T. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia Social Dan Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Ende, E., & Kusuma, J. W. (2017). Peran Citra Merek, Persepsi Harga, Persepsi Risiko Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Merek Xiaomi. *Sains: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 9(2), 180–197.
<https://doi.org/10.35448/jmb.v9i2.4169>
- Ezer, E., & G. (2017). Pengaruh tingkat Pendapatan, Tarif Pajak, Denda Pajak, dan Probabilitas Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak. *Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–13.
- Fandy Tjiptono, A. D. (2016). *PEMASARAN: Esensi & Aplikasi*. Andi Offset.
- Firman Fauzi, R. A. (2020). Pengaruh Etnosentrisme, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(2).
- Funnisia Lamalewa, S. W. R. and R. N. P. (2018). The Influence Of Lifestyle And

Brand Images On Decisions On Samsung Brand Smartphone Purchasing In Students Of Economic And Business, Faculty Of Economics And Business At The University Of Musamus, Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10).

Ghozali, I. (2016). *Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair J.F, Babin B.J, & A. R. . (2010). *Multivariate Data Analysis (In Upper S)*. Pearson Education.

<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.foodchem.2017.03.133>

Hartati, A. S., Hurriyati, R., & Widjajanta, B. (2016). Gaya Hidup Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Journal of Business Management Education*, 3(1).

Hasan, A. (2012). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Caps Publishing.

Kadir, D. &. (2015). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Rajawali Pers.

Keller, K. L. (2001). *Building Customer-Based Brand Equity: A Print for Creating Strong Brands*. Marketing Science Institute.

<http://anandahusseini.lecture.uib.ac.id/files/2015/09/article-4.pdf>

Kotler, Philip, & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (A. Maulana & B. Sabran (eds.)). Erlangga.

Kotler, Phillip, & Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen*. Pearson Education Limited.

Lazar, S. L. dan K. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT Indeks.

Leslie, S. L. L. & K. (2008). *Perilaku Konsumen* (7th ed.). PT Indeks Gramedia.

Majid, S. A. (2009). *Customer Service dalam Bisnis Jasa dan Transportasi*. Raja Grafindo Persada.

- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., Ma, J., Bonaiuto, F., & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding flow, brand image, brand identity, brand personality and purchase intention of smartphone. *Sustainability (Switzerland)*, *12*(8), 1–22.
<https://doi.org/10.3390/SU12083391>
- Masrin, I., & Yanto, R. P. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, *Vol.10*(No.2), 1–15.
- Muh Iqbal Marsyaf. (2020). IDC Sebut vivo Penguasa Pasar Smartphone di Indonesia. Sindonews. <https://tekno.sindonews.com/read/29557/122/idc-sebut-vivo-penguasa-pasar-smartphone-di-indonesia-1589479526>
- Nasution, L. M. (2017). Statistik Deskriptif. *Jurnal Hikmah*, *14*(1).
- Rai, B. (2020). A Study of the Antecedents of Smartphone Purchase decision. *The International Research Journal of Management Science*, *5*(1).
- Rosady, R. (2006). *Manajemen Public Relation dan Media Komunikasi Konsep dan Aplikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Sahir, S. H., Ramadhani, A., & Tarigan, E. D. S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1).
- Septayuda, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi-4x. *Journal Management, Business, and Accounting*, *16*(2), 127–136.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (Edisi Keti). PrenadaMedia Group.
- Setiawati, A. S. & C. I. (2016). Product Attributes and Price on Purchase Decision of Xiaomi Smartphone. *Trikonomika*, *15*(1), 40–47.

- Simamora, H. (2000). *Manajemen Pemasaran Internasional*. Salemba Empat.
- Sjam, A. R., & Andjarwati, A. L. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi pada Pengguna Smartphone Asus Zenfone 5 di Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1–7.
- Solomon, M. R. (2009). *Consumer behavior : buying, having, and being* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Stephanie, C. (2020). *Pengiriman Ponsel Murah di Indonesia Terdongkrak PJJ*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/10/02/19240037/pengiriman-ponsel-murah-di-indonesia-terdongkrak-pjj>
- Sugiyono. (2010). *Statistik Untuk Penelitian*. ALFABETA.
- Sugiyono, P. D. (2007). *Statistika untuk Penelitian*. ALFABETA, CV.
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, G. I. K. . (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Produk Sepatu Merek Converse di Fisip Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(1).
- Supriyatin, A. H. S. dan. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9).
- Susanto, A.B., dan Wijanarko, H. (2004). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Quantum Bisnis dan Manajemen.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek - seri manajemen merek 01*. ANDI.
- Wahyunanda Kusuma Pertiwi. (2020). *Bos Xiaomi Indonesia Tanggapi Keluhan Mi Fans soal Iklan di MIUI*. Kompas.Com.
<https://tekno.kompas.com/read/2020/01/06/09320007/bos-xiaomi-indonesia->

tanggapi-keluhan-mi-fans-soal-iklan-di-miui

Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193. <https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>

Wijaya, A. G., & Zulfa, M. (2017). The Effect Of Word Of Mouth, Price Perception, Brand Image and Trust On Purchase Decision Using Purchase Intention As An Intervening Variable (Study at Middle Class Housing in Semarang). *International Journal of Islamic Business Ethics (IJIBE)*, 2(3).

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1).

Zakiy, A. Z. & M. (2019). The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions. *JEBIS: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 5(2)

