

## DAFTAR PUSTAKA

- 5 Merek *Smartphone* Terlaris di Indonesia. (2018). Diakses pada tanggal 20 November 2018, pukul 17.09 WIB, dari <https://www.jawapos.com/teknologi/gadget/07/09/2018/ini-dia-5-merek-smartphone-terlaris-di-indonesia-kuartal-ii-2018>.
- Akhondi, A. dan Azar K. (2016). Investigating Influence of Trust on Repurchasing by Mediating Role of Customer Satisfaction in Online Stores. *Modern Applied Science*. Vol. 10. No. 6. p. 126-135.
- Asnanda, F., Dahliana K., dan Mery, T. (2014). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Samsung Galaxy Tab di Kota Padang. *Jurnal Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Bung Hatta*. p. 1-16.
- Can, Y., Oya E., dan Hakan K. (2017). Brand Loyalty and Re-Purchase Intention in Smartphone Marketing: The Perspective of Habit. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences*. p. 39-48.
- Chau, M., dan Reith R. (2017). Diakses pada tanggal 20 Maret 2018, pukul 11.00, dari <https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor>.
- Djumarno, O.S., Oktaviadri S., dan Said D. (2017). The Effect of Brand Image, Product Quality, and Relationship Marketing on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Business Marketing and Management*. Vol. 2. No. 10. p. 15-24.
- Dunuwille dan Pathmini. (2016). Brand Image and Customer Satisfaction in Mobile Phone Market: Study Based on Customers in Kandy District. *Journal of Business Studies, Faculty of Management Studies and Commerce, University of Jaffna*. Vol. 3. No. 1. p. 1-13.
- Ebrahimi, Dr. M.R. dan Sara T. (2014). Investigating The Effect of Perceived Service Quality, Perceived Value, Brand Image, Trust, Customer Satisfaction on Repurchase Intention and Recommendation to Other Case Study: LG Company. *European Journal of Business and Management*. Vol. 6. No. 34. p.181-186.

- Erida, dan Arisonang R. (2017). The Effect of Brand Image, Product Knowledge and Product Quality on Purchase Intention of Notebook With Discount Price as Moderating Variable. *Journal of Business Studies and Management Review*. Vol. 1. No. 1. p. 26-32.
- Febryan, R. dan Elliza C. (2018). Diakses pada tanggal 20 Maret 2018, pukul 11.00 WIB, dari <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP44263418>.
- Goh, S.K., Nan J., dan Pei L.T. (2016). The Impact of Brand Trust, Self-Image Congruence and Usage Satisfaction toward Smartphone Repurchase Intention. *International Review of Management and Marketing*. Vol. 6. No. 3. p. 436-441.
- Goh, S.K., Nan J., Muhammad F.A.H. dan Pei L.T (2016). Determinants of Smartphone Repeat Purchase Intention Among Malaysians: A Moderation Role of Social Influence and A Mediating Effect of Consumer Satisfaction. *International Review of Management and Marketing*. Vol. 6. No. 4. p. 993-1004.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 20*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hooper, D., Joseph C. dan Michael R. M. (2008). Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit. *Electronic Journal of Business Research Methods*. Vol. 6. No. 1. p. 53-60.
- Jati, G.P. (2014). Pengaruh Keunggulan Bersaing Melalui Kinerja Bisnis (Studi Kasus Warung Makan Di Wilayah Tlogosari Semarang). Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Jati, Y.W. (2018). Diakses pada tanggal 19 Maret 2018, pukul 20:12 WIB dari <http://industri.bisnis.com/read/20180131/105/732473/dunia-puji-perkembangan-pesat-teknologi-informasi-di-indonesia>.
- Keller, K.L. (2018). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Edisi 3. New Jersey: Prentice-Hall.
- Khalid, S., Muhammad M., Sobia N., Sheraz I., dan Muhammad K.M. (2016). Impact of Brand Identification on Purchase Intention and Moderating Effect of Brand Trust. *International Journal of Research in Finance and Marketing*. Vol. 6. No. 12. p. 1-12.

- Kotler, P. dan Kevin L.K. (2016). *Marketing Management*. Edisi 15. London: Pearson.
- Kristo, F.Y. (2016). Diakses pada tanggal 20 Maret 2018, pukul 11:35 WIB, dari <https://inet.detik.com/consumer/d-3278700/ada-masalah-apaxiaomi>.
- Launtu, Dr. A. (2016). Effect of Brand Image Customer Satisfaction in Telecom Industry in South Sulawesi. *International Journal of Innovative Research and Development*. Vol. 5. No. 1. p. 430-434.
- Malhotra, N.K. (2010). *Marketing Research*. Edisi 6. Terjemahan Surdan. New Jearsey: Prentice-Hall.
- Manorek, S.L. (2016). The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. Vol. 16. No. 1. p. 661-670.
- Mehmood, W. dan Owais S. (2015). Impact of Customer Satisfaction, Service Quality, Brand Image on Purchase Intention. *Journal of Marketing and Consumer Research*. Vol. 15. p. 174-186.
- Nurjamilah, N. (2017). Diakses pada tanggal 20 Maret 2018, pukul 11:00 WIB, dari <https://bincangandroid.blogspot.co.id/2017/08/8-keluhan-pengguna-hp-xiaomi.html>.
- Putra, B.B.B. dan Eka S. (2014). Peran Kepercayaan Merek dalam Memediasi Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Produk Telepon Pintar Merek Apple Di Kota Denpasar. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*. p. 2578-2596.
- Putri, N.A., Zainul A., dan Wilopo. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Switching Barrier terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya*. p. 128-134.
- Pramughita, A., dan Sanaji. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Beli Laptop Merek Apple (Studi Pada Pengunjung Grand City Surabaya Dan Delta Plaza Surabaya). *Jurnal Ilmu Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*. Vol. 4. No. 3. p. 249-254.
- Priyatno, D. (2010). *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.

- Ramadhan, A.G. dan Suryono B.S. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Sepatu Nike Running di Semarang melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Intervening. *Dipenogoro Journal of Management*. Vol. 6. No. 1. p. 1-12.
- Rambe, N., Choiril M., dan Mochammad J. (2017). Pengaruh Pelayanan, Citra Merek dan Harga terhadap Pembelian Ulang melalui Kepuasan Pelanggan dan Word of Mouth. *Jurnal Pascasarjana, Universitas Pancasila*.
- Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rizan, M., Dahliana Y., dan Rahmi. (2015). The Influence of Price and Service Quality of Brand Image and Its Impact on Customer Satisfaction Gojek (Students Study on A State University of Jakarta). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol 6. No. 2. p. 639-658.
- Sanusi, A. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. dan Roger B. (2013). *Research Methods for Business*. United Kingdom: John Wiley and Sons Ltd.
- Setiawaty, N.A. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/i Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ekonomi Bisnis Universitas Gunadharma*. Vol. 22. No.1. p. 47-56.
- Sondakh, C. (2014). Kualitas Layanan, Citra Merek Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas Nasabah Tabungan (Studi Pada Nasabah Taplus BNI Cabang Manado). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen*. Vol. 3. No.1. p. 19-32.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Research and Development*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Teddy, C.R. (2018). Analisis Hubungan antara Ekuitas Merek, Kepuasan Konsumen dan Resonansi Merek terhadap Minat Pembelian Kembali dalam Produk Apple. *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*. p. 1-23.
- Tentang Xiaomi. Diakses pada tanggal 19 Maret 2018, pukul 19:56 WIB, dari <http://www.mi.com/id/about/>.

Top Brand Index 2018 Fase I, Kategori Telekomunikasi/IT. (2018). Diakses pada tanggal 20 November 2018, pukul 17.02 WIB, dari [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2018_fase_1).

Wijaya, I.M. (2013). The Influence of Brand Image, Brand Personality and Brand Awareness on Consumer Purchase Intention of Apple Smartphone. *Jurnal EMBA*. Vol. 1. No. 4. p. 1562-1570.

Yamin, S. dan Heri K. (2009). *Structural Equation Modelling*. Jakarta: Salemba Infotek.

Yusuf, O. (2017). Diakses pada tanggal 20 Maret 2018, pukul 11:12 WIB, dari <https://tekno.kompas.com/read/2017/12/20/17354297/xiaomi-incar-posisi-satu-di-indonesia>.