

DAFTAR PUSTAKA

- Abhishek, A., & Kavitha, S. (2024). Digital Marketing Strategies – A study on Samsung Mobile Phones. *International Journal For Multidisciplinary Research*.
- Agalayil, H. T., Radha, D., & Devi, V. S. K. (2025). Smartphone Price Prediction and Category Classification Using Machine Learning. *2025 3rd International Conference on Intelligent Data Communication Technologies and Internet of Things (IDCIoT)*, [halaman tidak tersedia].
<https://doi.org/10.1109/IDCIOT64235.2025.10914919>
- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>
- Andalas, S. F. T. (2023). *209,3 Juta Orang di Indonesia Menggunakan Smartphone pada Tahun 2023*. Data.Goodstats.Id.
<https://data.goodstats.id/statistic/2093-juta-orang-di-indonesia-menggunakan-smartphone-pada-tahun-2023-cbha0>
- Ardiansa, R., & Siregar, S. (2022). Pengaruh Brand Image dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Realme: Studi Kasus pada Wilayah Kabupaten Subang. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 12(1), 100. <https://doi.org/10.30588/jmp.v12i1.934>
- Arief, V. O., & Lestari, R. B. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 2(2), 210–219.
<https://doi.org/10.35957/prmm.v2i2.871>
- Arifudin, A., Delina, D., Nabila, S., Lestari, P. R., & Fiana, I. J. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Anggaran*, 2(2), 122–132.
<https://doi.org/10.61132/anggaran.v2i2.559>
- Aulia, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 84–96.
<https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1610>
- Buchwitz, B., & Küsters, U. (2018). Should I buy my new iPhone now? Predictive Event Forecasting for Zero-Inflated Consumer Goods Prices. *ICIS 2018 Proceedings (Data Science and Predictive Analytics, Presentation 7)*.
<https://aisel.aisnet.org/icis2018/datascience/Presentations/7>

- Chen, C.-M., Liu, H.-M., & Ann, B.-Y. (2018). Product attributes and purchase intention for smartphones: a moderated mediation model. *International Journal of Mobile Communications*, 16(1), 1–23.
<https://doi.org/10.1504/IJMC.2018.088270>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (4th ed.)*.
- Danar W. (2024). *AlwaysReady', Xiaomi Indonesia Ajak Generasi Muda untuk Berani Bereksplorasi dan Hadapi Tantangan*.
https://www.krjogja.com/teknologi/1244663199/topik-khusus.html?utm_source=chatgpt.com
- Dr. Suwartono, M. H. (2014). *Dasar-Dasar Metodologi Penelitian by . (z-lib.org)*. xiv+205.
- Dyah Budiastuti, A. B. (2018). *VALIDITAS DAN RELIABILITAS PENELITIAN*. Penerbit Mitra Wacana Media.
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13.
<https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980.
<https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Ghazali, I. (2023). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 26*.
- hair et al. (2019). Multivariate Data Analysis (Eight Edition). In *Gedrag & Organisatie* (Vol. 19, Issue 3). <https://doi.org/10.5117/2006.019.003.007>
- Herlambang, H., Mulyana, M., & Riwoe, F. L. R. (2022). Pengaruh Citra Merk, Desain Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Bogor. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 2(2), 169–178. <https://doi.org/10.37641/jikes.v2i2.1456>
- Johan, F., Laorens, N., & Liongianto, J. K. (2023). The Impact of Price on Consumer Buying Behavior. In *Social Science Research Network*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.4508503>
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition (4th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th ed.)*. Pearson Education.
- Kwon, E., & Mattila, A. S. (2013). The role of brand authenticity in the brand experience: The case of luxury hotels. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(6), 903–922.

<https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2012-0020>

- Luo, X. (2018). The Effect of Post-Purchase Discount Format on Consumers' Perception of Loss and Willingness to Return. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 5(4), 101–105.
<https://doi.org/10.13106/JAFEB.2018.VOL5.NO4.101>
- Marlius, D., & Darma, K. P. K. (2023). PENGARUH EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HANDPHONE MEREK OPPO PADA TOKO FAIQAH PONSEL DI UJUNG AIR, KECAMATAN SUTERA, KABUPATEN PESISIR SELATAN, SUMATERA BARAT. *JURNAL ECONOMINA*, 2(1), 1050–1062.
<https://doi.org/10.55681/economina.v2i1.234>
- Marlius, D., & Mutiara, M. (2022). PENGARUH MEREK, HARGA, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pembelian Smartphone Oppo pada Rindo Cell di Surantih Kecamatan Sutera Kabupaten Pesisir Selatan). *Jurnal Economina*, 1(4), 768–783.
<https://doi.org/10.55681/economina.v1i4.169>
- Ngian, E.-T., Tie, M. S.-Y., Sim, C.-Y., Chiu, G. H.-M., Chin, C.-H., & Lau, Y.-X. (2023). Smartphones Purchase Intention: Testing the Moderating Effect of Brand Image among Youths. *Malaysian Journal of Consumer and Family Economics*, 31(1), 460–481. <https://doi.org/10.60016/majcafe.v31.17>
- Nurliyanti, N., Anestesia Arnis Susanti, & Baruna Hadibrata. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajement). *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora Dan Politik*, 2(2), 224–232.
<https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2.982>
- Purwati, A., & Cahyanti, M. M. (2022). Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian. *IQTISHADUNA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 11(1), 32–46.
<https://doi.org/10.46367/iqtishaduna.v11i1.526>
- Putra, H. P., & Elpanso, E. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Universitas Bina Darma. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 170.
<https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.946>
- Putri R, G., & Pratomo, Y. (2025). 5 Besar Merek Smartphone di Indonesia Kuartal I-2025 Versi Canalys.
<https://tekno.kompas.com/read/2025/05/16/16040097/5-besar-merek-smartphone-di-indonesia-kuartal-i-2025-versi-canalys?page=all>
- Rizkiana, C., Suryawardana, E., Pratiwi, P., & Santoso, A. (2023). Pengaruh Brand Image, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Infinix. *ARBITRASE*. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v3i3.712>

- Santoso, S. (2019). *Menguasai statistik parametrik; konsep dan aplikasi dengan SPSS*.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior* (9th ed.). Pearson Education.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Pearson Education.
- Setiawan, S. (2020). Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana Dengan SPSS Versi 24. *Statistik*, 1–63.
- Sheridan, N. (2025). *Xiaomi Marketing Mix 2025: A Case Study*.
<https://www.latterly.org/xiaomi-marketing-mix>
- Situs Remsi kemenpora. (2021). *Menpora Amali Minta Kader HMI Harus Beradaptasi dengan Era Industri 4.0*.
https://www.kemenpora.go.id/detail/403/menpora-amali-minta-kader-hmi-harus-beradaptasi-dengan-era-industri-4-0?utm_source=chatgpt.com
- Sodik, & Siyoto. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 83–84.
- Soya, Z. (2021). *segmenting xiaomi*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Sugiyono, P. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tu, C.-K., & Xu, Y. (2023). *The Impact of Smartphone Consumer Brand Image and Perceived Innovativeness on Brand Loyalty: The Mediating Effect of Brand Identification*. 242–248.
<https://doi.org/10.1109/icdsm59373.2023.00057>
- Udayana, I. B. N., Hutami, L. T. H., & Khunaini, M. R. (2023). *Realme Smartphone Purchase Decisions are Reviewed From Lifestyle, Product Quality and Suitability Prices In Way Kanan*. *Economos*, 6(2), 153–160.
<https://doi.org/10.31850/economos.v6i2.2491>
- Ummah, M. S. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif Dalam Psikologi*. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1).
http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Wire, P. (2024). *Xiaomi Ajak Anak Muda Indonesia Jadi Generasi Always Ready, Siap Eksplorasi dan Hadapi Tantangan Masa Kini*.
<https://www.antaraneews.com/berita/3917724/xiaomi-ajak-anak-muda-indonesia-jadi-generasi-always-ready-siap-eksplorasi-dan-hadapi-tantangan-masa-kini>

- Xiao, Y., Hu, C., & Liu, Q. (2024). Managing demand by upgrade programs and markdown pricing with a product rollover. *Naval Research Logistics*, 71(1), [tidak tersedia]-[tidak tersedia]. <https://doi.org/10.1002/nav.22156>
- Yulia, M., Arifin, R., & Athia, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung di Pesantren Ainul Yaqin Unisma). *Jurnal Riset Manajemen*, 1–15.

PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS JENDERAL ACHMAD YANI
YOGYAKARTA