

## DAFTAR PUSTAKA

- Adiwidjaja, Adrian J. Tarigan, dan Zeplin J.W. 2017, Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, *Jurnal Pemasaran* 5(3).
- Al-Rodhan, N. R. dan Stoudmann, G. 2006. *Definitions of Globalization: A Comprehensive Overview and a Proposed Definition*. Geneva: Geneva Centre for Security Policy.
- Amrullah, R.A. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(7).
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Aydin, G., AR, A. A., dan Taskin, C. 2014. The Role of Brand Trust on Parents' Purchase Intentions of Baby-Care Products. *Dogus universites Dergisi* 15(2): 165-180.
- Basu Swasta dan Hani Handoko, 2010, *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta.
- Citra, M dan S. B. Santoso. 2016. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi* 13(1): 67-79.
- Gecti, F dan Zengin, H. 2013. The Relationship between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty: A Field Study towards Sports Shoe Consumers in Turkey. *International Journal of Marketing Studies* 5(2): 111-119.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hanifah. 2017. Pengaruh Gaya Hidup, Kepercayaan Merk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 6(11).
- Kenesei, Z. dan Todd, S. 2003. The Use of Price in the Purchase Decision. *Journal of Empirical Generalisations in Marketing Science* 8.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- K.L. Keller. 2012. *Marketing Management*. Edisi 14. Pearson.
- Kotler, P. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta. Indeks.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2013. *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- \_\_\_\_\_. 2014. *Prinsip - prinsip Pemasaran*. Edisi Revisi. Jilid 1. Erlangga. Jakarta.
- Kompas.com. 2018. *Survei Canalys: Xiaomi Vendor Ponsel Terbesar ke-2 di Indonesia*. <https://tekno.kompas.com/read/2018/05/15/08274587/survei-canalys-xiaomi-vendor-ponsel-terbesar-ke-2-di-indonesia>. 3 Januari 2019.
- Machfoedz, M. 2013. *Komunikasi Pemasaran Modern*. Cetakan 3. Cakra Ilmu. Jakarta.
- Masri, S. 2009. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Mi Community. 2018. *Sejarah Xiaomi 2010 - Sekarang (Anniversary Ke-8)*. <https://c.mi.com/thread-1085450-1-1.html>. 4 Januari 2019.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran*. PT. Bumi Aksara. Jakarta.
- Oosthuizen, D., Spowart, J., dan Meye-Heydenrych, C. D. 2015. *The Relationship between Perceived Price and Consumer's Purchase Intentions of Private Label wine Brands*. *Journal of Hospitality, Tourism, and Leisure* 4(2).
- Porter, M. E. 1985. *Competitive Advantage*. Free Press. New York.
- Rusadi, M.D.N. 2014. *Pengaruh Atribut Produk dan Motif Hedonic Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ilmu & Riset Pemasaran* 3(7). Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIESIA). Surabaya.
- Saleem, A., Ghafar, A., Ibrahim, M., Yousuf, M., & Ahmed, N. 2015. *Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction*. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing* 15(1).
- Samuel, H. dan Lianto, A.S. 2014. *Pengaruh analisis EWOM, Brand Image, Brand Trust dan Minat Beli Produk Smartphone di Surabaya*. *Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya* 8(2).
- Sari, P.S. 2016. *Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. 5(6).

- Setyawan, A. A., Kussudiyarsana, dan Imronudin. 2015. Brand Trust and Brand Loyalty, an Empirical Study in Indonesia Consumers. *British Journal of Marketing Studies*.
- Shaharudin, M. R., Mansor, S. W., Hassan, A. A., Omar, M. w., & Harun, E. H. 2011. The Relationship Between Product Quality and Purchase Intention: The Case of Malaysia's National Motorcycle/Scooter Manufacturer. *African Journal of Business Management* 5(20): 8163-8176.
- Soewito, Y. 2013. Kualitas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio. *Jurnal EMBA1*(6).
- Statistika. 2017. Smartphone Users in Indonesia. <https://www.statistika.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>. 3 Januari 2019.
- \_\_\_\_\_.2017. Number of Smartphone Users in Indonesia from 2011 to 2021 (in millions). <https://www.statista.com/statistics/266729/smartphone-users-in-indonesia/>. 3 Januari 2019.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- Swastha, B dan Handoko. 2008. *Manajemen Pemasaran ,Analisa Perilaku Konsumen*. Edisi Pertama. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Swastha, B. 2009. *Azas-azas Marketing*. Lyberty. Yogyakarta.
- Tamumu, M dan Tumewu, F. 2014. Analyzing The Influence or Price and Product On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado. *Jurnal EMBA2*(3).
- Tansil, M. J. dan Tielung, M. V. 2014. The effect of Perceived Price and Perceived Quality on Purchase Intention at Shmily Cupcakes Store Manado. *Jurnal EMBA* 5(20): 1290-1299.
- Tirto.id. 2017. Berapa Lama Orang Mengganti Ponsel?. <https://tirto.id/berapa-lama-orang-mengganti-ponsel-clBj>. 4 Januari 2019.
- Tjiptono, F. 2009. *Strategi Pemasaran*. Andi OFFSET. Yogyakarta.
- Wang, Y.H. dan Chen, L.Y. 2016. Empirical Study of the Effect of Perceived Price on Purchase Intention Evidence from Low-Cost Carriers. *International Journal of Business and Social Science* 7(4).

Wilujeng, S. R dan M. Edwar. 2014. Pengaruh Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame. *Jurnal Penelitian Fakultas Ekonomi*2(1).

Xiaomi Inc. 2018. About Us. <https://www.mi.com/global/about/>. 3 Januari 2019.

