

DAFTAR PUSTAKA

- Adi Cahyono, Djamhur, dan Andriani Kusumawati. 2015. “ *The Influence Of Brand Image, Price and Promotion On Brand Switing*”. Fakultas Ilmu Administrasi Brawijawa Malang: Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 1 No. 1 januari 2015. [Http://administrasibisnis.studenjurnal.ub.ac.id](http://administrasibisnis.studenjurnal.ub.ac.id)
- Alma, Buchari. 2007. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Bandung: Alfabet’
- 2004. “*Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*”. Bandung: Alfabeta.
- Akbar, A. 2012.”*Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba*”. Fakultas Ekonomi. Jurusan *Manajemen Universitas Gunadarma Jakarta*:<http://publication.gunadarma.ac.id/handle/123456789/6152>
- Assael, H.2010. “*Consumer Behavior in Marketing Action*”. Prantice Hall Inc: Englewood Cliffs, New Jersey
- Budhi Satrio. 2015. ‘*Pengaruh Harga dan Kualitas Prodak Terhadap Keputusan Pembelian*’. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya: *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Volume 4, Nomor 12, Desember 2015.*
- Boyd, Harpar. W. 2000. ‘*Manajemen Pemasaran Suatu Pendekatan Strategi dengan Orientasi Global.* Jakarta : Erlangga
- Djarwanto PS, dan Pangestu Subyono. 1996. “*Statistik Induktif*”. Yogyakarta: BPFE UGM
- Dian Dharmawan Wijaya, dan Dedi Komardi. 2014. “ *Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Prodak, dan Kepercayaan Terhadap Pembelian Pada Gals Shop di Pekanbaru*”. Pekanbaru: Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Indonesia. [Http://www.stiepi.com](http://www.stiepi.com)

- Fure, F., Lopian, J., & Taroreh, R. (2015). "Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.CO.Manado". EMBA, 3(1), 367–377.
- Gozali Imam. 2007. "Aplikasi Analisis Multivariate bagi Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- 2006." Analisis Multivariate dengan Program SPSS Edisi ke Tiga. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Harmani, 2008, "Pengaruh Pelayanan dan Fasilitas Terhadap Keputusan Konsumen" Berbelanja di Pasar Turi Baru Surabaya.
- Hutami Permita Sari.2015." Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Peresepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian smartphone Xioami di DIY". Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Kertajaya, Hermawan. 2007. "Positioning, Differensiasi, dan Brand". Jakarta: Gramedia Utama.
- Kismono, Gugup. 2001. "Pengantar Bisnis. Edisi Pertama". Yogyakarta: BPFE
- Kotler Philip, dan Armstrong,2014. "Dasar-dasar Pemasaran,"Edisi Kelima belas: Erlanga, Jakarta
- Kotler Philip, and Kevin Keller, 2013. "Manajemen Pemasaran" Edisi keempat belas. Jilid Pertama dan Kedua. PT. Indeks: Jakarta.
- ,2012. "Marketing Management" (14th ed.). New Jersey: Pearson Prestice Hall.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2008. "Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua". Jakarta: Salemba Empat.
- Rizal Zulkifli Fahmi 2016, "Pengaruh Peresepsi Kualitas Prodak, Kesadaran Merek, Fitur prodak dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xioami di Surabaya". Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Perbanas: <http://eprints.perbanas.ac.id/id/eprint/344>

Rindang Lista Sari, Silvy L. Mandey, dan Agus Supandi Soegoto. 2014. ‘*Citra Merek, Harga dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Perhiasan Emas pada PT. Pengadian (Persero) Cabang Manado Utara*’. Universitas Sam Ratulangi Manado: Jurnal EMBA ISSN 2303-1174. Vol. 2 No. 2 juni 2014, Hal. 1222-1232.

Pandri,(2018)’sajarah Xiomi’’. <http://pandri16.blogspot.com/2018/10/sejarah--perusahaan-smartphone-xiaomi-dihtml?=1>

Siti Nurhayati (2017), ‘*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Yogyakarta*’. Jurnal akademi manajemen administrasi ypk Yogyakarta.:**JBMA-** Vol. Iv, No.2. September 2017. ISSN:22525483

Suri Amalia (2017), ‘*Citra Merek, Harga dan Kualitas prodak Terhadap keputusan pembelian Handphone Xioami di Kota Langasat*’. Fakultas Ekonomi, Universitas Samudra: **Juranl Manajemen dan Bisnis**.VOL 6 NO1. MEI 2017. ISSN 2252-844X

Schiffman, dan Kanuk. 2007. ‘*Perilaku Konsumen*’. Jakarta: Indeks

Susanto, 2004. ‘*Value Marketing. Pradigma Baru Pemasaran*’ Jakarta Selatan: Kuantumbisnis dan Manajemen (PT.Mizan Publikasi)

Simamara 2002. ‘*Aura Merek (Tujuh Langkah Membangun Merek Yang Kuat)*’. Jakarta: PT. Gremedia Pustaka Utama.

Sugiyono.2008. ‘*Metodologi Penelitian Bisnis*’. Bandung: Alfabeta

—————2009. ‘*Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatis dan R&D*’. Bandung: Alfabeta

—————2010. ‘*Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif Kualitatif , dan R&D)* Bandung: Alfabeta

—————2011. ‘*Manajemen Pemasaran*’ Edisi ke Sebelas Jakarta: PT. Index

Suci Mayang Sari. 2017. ‘*Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Mandiri Tunas Finance Pekanbaru*’. Universitas Pekanbaru Indonesia: JOM Fekon, Vol. 4 NO. 2 (Oktober) 2017.

Swastha, Basu DH dan Irawan. 2008. “ *Manajemen Pemasaran Modern*”
cetakan ke Tiga Belas. Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra” *Pemasaran Strategik*” edisi dua.
Yogyakarta: ANDI

Trista, Nadia. Apriatni, EP. Saryadi. 2011. “*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Keputusan Toyota Avanza Di Kota Semarang*”:ejournalUndip<http://ejournals1.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/2140Diaksestanggal3Desember2013>. Hal. 1-8