

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. (2022, 11 5). mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia- sT2LA. Retrieved from Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia: <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Ahmad, R. F., Arifin, R., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Brand Image, Price Perception, Fitur, Dan Product Quality Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen Vol. 13. No. 01*, 104-114.
- Andrenata, A., Supeni, R. E., & Rahayu, J. (2022). PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS, PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminstrasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 4*, 813-824.
- Apriani, W., & Fadilla, S. P. (2023). Analisis Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Di Transmart Tuparev Karawang. *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA) Vol.1, No.2*, 239-259.
- Award, T. B. (2025, mei 27). *Top Brand Index Fase 1 2025*. From Top Brand Award: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index>
- Afna, N., & Khoiri, M. (2023). pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian pocari sweat di kota batam. *Dynamic Management Journal volume 7 number 4*, 2023.
- Agilia Syafitri, E. R. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *Manajemen Bisnis Syariah Vol. 1 No. 1*, 25-38.
- Agustin, D. A. (2020). PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SEPATU SKECHERS DI TUNJUNGAN PLAZA KOTA SURABAYA. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 9 No 9*, 1-19.
- Alfany Andrenata, R. E. (2022). PENGARUH PERCEIVED VALUE, BRAND AWARENESS,

PERCEIVED QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI PADA MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER. Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Adminsitasi dan Pelayanan Publik Universitas Bina Taruna Gorontalo Volume IX Nomor 4, 813-824.

Amalia Riswandani, P. B. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KOPI KENANGAN CABANG MANUKAN, SURABAYA). Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Volume 12, Nomor 4, 1-20.

Andrie Kurniawan, D. S. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Sepatu Bata Di DKI Jakarta. Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan (JISIP) Vol. 6, No. 2, 2441-2451.

Anisha Ferdiana Fasha, M. R. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL Volume 3, issue 1, 30-42.

Anisha Ferdiana Fasha, M. R. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL Volume 3, Issue 1, 30-42.

Ashari, A. P., Hardiyono, H., & Aswar, N. F. (2020). ANALISIS PENGARUH CITRA MERK, KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE SAMSUNG DI MAKASSAR. MANDAR: Management Development and Applied Research Journal Volume 3 Nomor 1, 18-32.

Budi Prasetyo, Y. R. (2018). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT HARJAGUNATAMA LESTARI (TOSERBA BORMA) CABANG DAKOTA. Jurnal Ilmiah Manajemen Ekonomi dan Akuntansi Vol 2 No 2, 57-65.

- Batubara, M., Silalahi, P. R., Sani, S. A., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah Volume 4 No 5*, 1327-1342.
- Citra, T., & Santoso, D. S. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 5, Nomor 2*, 1-12.
- Caroline Lystia Rut Winasis, H. S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN: HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Vol 3 No 4*, 392-403.
- Ekawati, I. G. (2019). BRAND IMAGE MEMEDIASI KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO DI KOTA DENPASAR. *E-Jurnal Manajemen, Vol. 8, No. 1*, 7102-7131.
- Ferdinand, A. (2014). METODE PENELITIAN MANAJEMEN: PEDOMAN PENELITIAN UNTUK PENULISAN SKRIPSI TESIS DAN DISERTASI ILMU MANAJEMEN. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fasha, A. F., Robi, M. R., & Windasari, S. (2022). DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI: BRAND AMBASSADOR DAN BRAND IMAGE (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL (jmpis) Volume 3, Issue 1*, 30-42.
- Fatimah, H. N., & Nurtantiono, A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen Artikel 11 Volume 09, Nomor 01*, 106-113.
- Fauzan, M., Lubis, J. R., Oktopanda, & Ferianto, I. (2020). APLIKASI MEDIA PEMBELAJARAN KIMIA KELAS X SMAN 01 PANTI BERBASIS ANDROID. *NARATIF (Jurnal Ilmiah Nasional Riset Aplikasi dan Teknik Informatika) Vol. 02 No. 01*, 45-49.

- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen Vol 3 No 1*, 1-13.
- Ghozali, I. (2017). MODEL PERSAMAAN STRUKTURAL: KONSEP AN APLIKASI DENGAN PROGRAM AMOS 24 UPDATE BAYESIAN SEM EDISI 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro .
- Ghozali, I. (2017). Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 24. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural: Konsep dan Aplikasi Dengan Program Amos 24*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hermiyenti, S., & Wardi, Y. (2019). A Literature Review on the Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 64, 538-545.
- Hernikasari, I., Hapzi, A., & Hadita. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial volume 3. no 1.*, 437-450.
- Hidayat, W. G. (2023). PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN MENGGUNAKAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Keislaman, Volume 06, Nomor 01*, 73-156.
- Hapsari, N. E. (2023, april selasa). republika. Retrieved from <https://tekno.republika.co.id/berita/rsxhg2478/peminat-ponsel-xiaomi-menurun-ada-apa>:
<https://tekno.republika.co.id/berita/rsxhg2478/peminat-ponsel-xiaomi-menurun-ada-apa>
- Hesti Noor Fatimah, A. N. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Pengguna Aplikasi Shopee). *Jurnal Sinar Manajemen Volume 09, Nomor 01*, 106-113.
- Hidayat, W. G. (2023). PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN

MENGGUNAKAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal Keislaman, Volume 06, Nomor 01, 156-173.

Hidayat, W. G. (2023). PENGARUH LABEL HALAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK MEREK WARDAH DENGAN MENGGUNAKAN BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. Jurnal Keislaman, Volume 06, Nomor 01, 73-156.

Innes Hernikasari, H. A. (2022). DETERMINASI CITRA MEREK MELALUI KEPUASAN PELANGGAN BEAR BRAND: ANALISIS HARGA DAN KUALITAS PRODUK (REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN). Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial Vol 3 No 1, 437-450.

Kurniawan, R., & Suhermin. (2023). INFLUENCE OF SALES PROMOTION, DIRECT MARKETING, AND PERSONAL SELLING ON CONSUMER PURCHASE INTENTION. 3rd International Conference on Business and Social Sciences Vol. 3 No. 1, 186- 195.

Khasanah, S. H., Ariani, N., & Argo, J. G. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2*, 394-411.

Le, M. H., & Nguyen, P. M. (2022). Integrating the Theory of Planned Behavior and the Norm Activation Model to Investigate Organic Food Purchase Intention: Evidence from Vietnam. *Journals Sustainability Volume 14 Issue 2*, 1-28.

Laela, M. O., & Rahman, F. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN KEMASAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH BRAND AWARENESS. JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN DAN PERILAKU KONSUMEN VOLUME 02 NO 2, 311- 324.

Makin, G. B., & Setiyawan. (2023). The Effect of Promotion Mix on Purchasing Decisions on the Shopee Platform with Lifestyle as an Intervening Variable. The Management Journal of BINANIAGA Vol.08 No.01, 17-26.

Makin, G. B., & Setiyawan. (2023). The Effect of Promotion Mix on

Purchasing Decisions on the Shopee Platform with Lifestyle as an Intervening Variable. The Management Journal of BINANIAGA Vol.08 No.01, 17-26.

Maryam Batubara, P. R. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Scarlett Whitening: Studi Kasus pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara. *Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* Volume 4 No 5, 1327-1342.

Masrin, I., & Yanto, R. P. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* Vol. 9 No. 1, 90-99.

Mega Utami, R. Z. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND APPLE IPHONE. *JURNAL JAMAN* Vol 2 No.3, 59-64.

Mirza Rosnita, A. W. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kedai Pesen Kopi Di Kota Malang). e – *Jurnal Riset Manajemen PRODI MANAJEMEN Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma* Vol. 10 No. 11, 19-30.

Maky, Z. A., Pradiani, T., & Rahman, A. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PADA METEORCELL MALANG. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis, Volume 5, Nomor 1*, 13-27.

Maulana, C. A., & Maskur, A. (2023). CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Journal of Management and Bussines (JOMB)* Volume 5, Nomor 1, 36-50.

Nofrianto, R., Rinaldo, J., & Firdaus, T. R. (2022). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK OPPO. *Jurnal Matua, Vol. 4 , No. 1*, 185-200.

Nurcahyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volume 5, Nomor 3, 1-16.

Nistanto, R. K., & Clinton, B. (2023, Mei Jumat). KOMPAS.com. Retrieved from

<https://tekno.kompas.com/read/2023/05/24/10300017/counterpoint-pasar-xiaomi-di-indonesia-paling-anjlok-kuartal-i-2023>:
<https://tekno.kompas.com/read/2023/05/24/10300017/counterpoint-pasar-xiaomi-di-indonesia-paling-anjlok-kuartal-i-2023>

Nur Afna, M. K. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI

TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN POCARI SWEAT DI KOTA

BATAM. Dynamic Management Journal Volume 7 No. 4, 645-660.

Nur Mukhlis, A. B. (2022). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK YANG DIMEDIASI CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. Journal

Economics Technology And Entrepreneur Vol.01 No.01, 82-99.

Nur, D. R. (2020). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO. Jurnal Ekonomi 23 (1), 1-12.

Nurchahyo, B. H., & Khasanah, I. (2016). ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Taman Joglo Cafe Semarang). DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 5, Nomor 3, 1-16.

Pasaribu, V. L. (2022). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP

KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR TVS. Business Management Journal Vol. 18 (No. 1), 37-49.

Praestuti, & Camelia. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama- Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 10. No. 1, 21-24.

Praestuti, & Camelia. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama- Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. Jurnal Administrasi Bisnis Vol.10 No. 1, 21-24.

Putra, T. A., & Satrio, R. B. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk , Harga, Promosi, Kualitas Pelayanan Terhadap

Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol 9 No 11, 1-21.

Pambela, S. W., & Waluyo, M. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Pembelian Ulang Smartphone Xiaomi. *Jurnal Teknik Mesin, Industri, Elektro Dan Informatika (JTMEI)* Vol. 2 No. 4, 198-211.

Putra, R. S., & Kadarusman, Y. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Ulang pada Kedai Kopi Kama Petukangan Selatan Jakarta Selatan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis* Volume 1, Number 4, 1238-1248.

Qolbi, N., & Hermansyah, T. (2023). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN SANFORD DI SINAR MART BATAM. *Jurnal AL-AMAL* 2023, Vol. 2, No. 1, 50-57.

Rani Oktavianti, A. B. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek (Studi Pada Konsumen KOI Bubble Tea Tunjungan Plaza Surabaya). *Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia* Volume 05, Nomor 01, 112-127.

RIFAI, W. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa Yang Berkuliah Di Yogyakarta Dalam Membeli Iphone). *dspaceuii*, 1-150.

Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO. *Jurnal Ekonomi* 23 (1), 1-12.

RIFAI, W. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dengan Harga Sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa Yang Berkuliah Di Yogyakarta Dalam Membeli Iphone). *dspaceuii*, 1-150.

Riswandani, A., & Mahargiono, P. B. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI PADA KOPI KENANGAN CABANG MANUKAN, SURABAYA). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 12, Nomor 4*, 1-20.

Rosnita, M., Widarko, A., & Wahono, B. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kedai Pesen Kopi Di Kota Malang). *e – Jurnal Riset Manajemen Vol. 10 No. 11*, 19-30.

Santoso, S. B., & Guspul, A. (2022). ANALISIS PENGARUH BRAND ORIGIN, SELF-IMAGE CONGRUENCE, DAN BRAND KNOWLEDGETERHADAP PURCHASE INTENTION HANDPHONE MERK XIAOMI. *Journal of Economic, Business and Engineering (JEBE) Vol. 3, No. 2*, 208-218.

SINTA. (2025, mei 27). *IDC Report: Indonesia's smartphone market weakens 6.3% yoy in Q2 2023*. From heaptalk : <https://heaptalk.com/news/idc-report-indonesias-smartphone-market-weakens>

Syafitri, A., Sari, E. R., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Mahasiswi UIN Raden Intan Lampung). *L-MULTAZIM: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah volume 1.no 1.*, 25-38.

Saktiawan, A. B., & Wiyadi. (2024). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DIMEDIASI OLEH CITRA MEREK SMARTPHONE OPPO. *JURNAL LENTERA BISNIS Volume 13, Nomor 2*, 1285-1305.

Sari, R. M., & Prihartono. (2021). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (SURVEY PELANGGAN PRODUK SPREI RISE). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 5 No. 3*, 1171-1184.

Shofia, R., & Soebiantoro, U. (2023). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kopi Nescafe di Kabupaten Mojokerto. *Jurnal E-Bis:Ekonomi Bisnis Vol.7 No.2*, 682-692.

Siregar, A. A. (2019). SEJARAH PRODUCT XIAOMI. *Fakultas Komputer*, 1-6.

Siti Hertiwi Khasanah, N. A. (2021). Analisis Citra Merek, Kepercayaan

Merek, dan Kepuasan Merek terhadap Loyalitas Merek. Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi Volume 2, 394-411.

Siwi Afinni Lestari, S. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PRODUK, BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA MINUMAN TEH BOTOL SOSRO DI DEPOK. *Journal of Economic, Business and Accounting* Volume 7 Nomor 1, 2529- 2536.

Suci Hermiyenti, Y. W. (2019). A Literature Review on the Influence of Promotion, Price and Brand Image to Purchase Decision. *Advances in Economics, Business and Management Research*, volume 64 2nd Padang International Conference on Education, Economics, Business and Accounting, 538-545.

Sugiyono, D. (2013). Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D.

Tamara, C., & Drs. Suryono Budi Santoso, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form melalui Kepercayaan Merek (Studi pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT* Volume 5, Nomor 2, 1-12.

Triana, D., & Hidayat, R. (2023). ANALISIS BRAND IMAGE SEBAGAI VARIABEL MEDIASI ANTARA PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus pada Mahasiswa Pengguna Produk Xiaomi di Yogyakarta). *JURNAL ECONOMINA* Volume 2, Nomor 2, 587-601.

Utami, M., Zaliani, R., Utami, P. K., & Adha, M. A. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, DESAIN PRODUK, DAN HARGA PRODUK TERHADAP KEPUASAN PEMBELIAN KONSUMEN BRAND APPLE IPHONE. *JURNAL JAMAN* Vol.2 No.3, 59-64.

Wahyuningtyas, C. R. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN CELEBRITY ENDORSEMENT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING SMARTPHONE REALME (Studi Kasus Di Desa Sitimulyo Kecamatan Pucakwangi Kabupaten Pati). *eprints3 upgris*, 1-127.

Winasis, C. L., Widiyanti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi

Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk
(Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan Nomor 3 Volume 4* , 399-410.

Xiaomi. (2023, novenmber 8). <https://www.mi.co.id/id/about>. Retrieved from mi.com: <https://www.mi.co.id/id/about> di akses tanggal 27 mei 2025

Yolanda, D. H. (2018). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM MEREK AQUA SERTA IMPLIKASINYA TERHADAP CITRA MEREK DI FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BOROBUDUR.

JURNAL MANAJEMEN FE-UB Vol. 6 No. 1A, 88-108.

Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH TANGERANG SELATAN. Jurnal Tadbir Peradaban VOLUME 2, NOMOR 1, 21-29.

Zagoto, Y., & Taryo, T. (2022). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN

PEMBELIAN PADA APLIKASI SHOPEE DI WILAYAH TANGERANG SELATAN. Jurnal Tadbir Peradaban VOLUME 2, NOMOR 1, 21-29.

FEB UNDIP