

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2018). *Pengantar Manajemen dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi CV Alfabeta. Bandung.
- Anang, Budi. (2018). *Pengantar Manajemen*. CV Budi Utama. Yogyakarta.
- Annisa Simanjuntak, N., & Pandapotan Tampubolon, R. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Vivo Smartphone di Kota Batam. *Scientia Journal : Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 1(2).
- Budiarto. (2017). *Dasar Pemasaran*. Gunadarma.
- Cahya, N., & Shihab, M. S. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Pelanggan Smartphone Asus Studi Kasus di PT. Datascrip. *Journal of Entrepreneurship, Management and Industry (JEMI)*, 1(1).
- Dwitama, F. (2021). The Influence Of Product Quality, Price, Brand Image And Promotion On The Purchase Decision Of Xiaomi Smartphone Products In Depok City. *International Journal of Science*, 2(6), 2166–2171. <http://ijstm.inarah.co.id>
- Fauzi, D. H., & Ali, H. (2021). Determination of Purchase and Repurchase Decisions: Product Quality and Price Analysis (Case Study on Samsung Consumers In The City of Jakarta). *DIJDM: Dinasti International Journal of Digital Business*, 2(5). <https://doi.org/10.31933/dijdbm.v2i5>
- Firmansyah, A., & Budi W. (2018). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Gultom, M., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 169–178. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26235>
- Hardjono, & Wahyuni, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Handphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Abdurachman Saleh Situbondo. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Growth*, 17(1), 24–44.

- Harvanto, Rachma, N., & Millaningtyas, R. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Hp Xiaomi (Studi Kasus Pada Toko MI Shop di Kota Probolinggo). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11(10), 58–63. www.fe.unisma.ac.id
- Haryanto, A., & Widayanto, W. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Penggunaan Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 10(3), 1221–1225. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/31823>
- Hasibuan, & Malayu, S. P. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia (Edisi Revisi)*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, & Melayu, S. P. (2019). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Hasibuan. (2016). *Manajemen Dasar, Pengertian dan Masalah*. Revisi. Bumi Aksara.
- Hermawan, Y., Maylani, D., & Mulyana, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Smartphone Samsung di Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 9(3), 641–652. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i3.1256>
- Juanim. (2004). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Bandung: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan.
- Juanim. (2020). *Analisis Jalur Dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL*.
- Kotler dan Keller. (2016) *Strategi Pemasaran*. CV Andi Offset. Yogyakarta
 Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management*. 15th edit. Pearson Education.
 Kotler, Phillip dan Gery Armstrong. (2018). *Principle of Marketing. 17e Global Edition, Peasron Education Limited. United Kingkom. CM17NA*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing Management (Pearson Education In Terjemahan Bob Sabran (ed.); 15th Editi)*. Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ke-15, Jilid 1&2. Alih Bahasa: Bob Sabran. Jakarta: Airlangga.
- Kurniawan, Erni dan (2017). *Pengantar Manajemen*. Edisi 1. Jakarta: Kencana.

- Listyawati, I. H. (2018). Pengaruh Kepuasan Pelanggan, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Handphone Xiaomi Di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 37–45.
- Lupiyoadi, Rambat. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta: Salemba Empat.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: CV Alfabeta.
- Mantik, J., Zalfiana Rusfian, E., & Ahmaddien, I. (2022). Effects of Price, Promotion, and Product Quality on Customer Satisfaction of Oppo Smartphone. *Jurnal Mantik*, 5(4), 2601–2606.
- Nikmah, K., & Arifin, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Smartphone Vivo Y12 Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Gerai Waroeng Pulsa Di Kecamatan Kelua. *Jurnal Administrasi Publik Dan Bisnis*, 4(2), 1063–1075.
- Nur, I., & Dinsar, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Mahasiswa Smartphone Oppo. *Economos : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Vol 4, No 1*, 4(1), 2615–7039.
- Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa'diyah, C. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions (Study on iPhone Smartphone Users in Malang City). *Jamanika : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 02(02). <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Putra Bagaskara, B., & Any Agus Kana, dan. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. *Any Agus Kana*, 2(1), 35–56.
- Putra, P. D., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Vivo. *JIRM : Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(9), 1–15.
- Putro Nugroho, S., & Widiastuti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Terhadap Kepuasan Pengguna Handphone Merek Samsung Galaxy J Pro di Surakarta. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 17(3).
- Putri, Budi Rahayu Tanama. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Universitas Udayana.

- Sabaru, W. C., Wenas, R. S., & Mandagie, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Smartphone Vivo (Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 340–352. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/41291>
- Saga, U., Kaka Mahemba, A., Wahyu, C., & Rahayu, E. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Xiaomi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. *Prosiding Seminar Nasional*, 1(2), 428–439. <https://tekno.tempo.co/read/1020224/kiat-sukses-ceo-xiaomi-lei-jun-kuncinya-inovasi>,
- Sarinah dan Mardalena. (2017). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: CV Budi Utama (Edisi 1, Cetak 1).
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta (Edisi 3, Cetak 2).
- Suyanti, N., & Khuazani. (2019). The Role Of Brand Image In The Relationship Of Product Quality And Price Perceived On Purchasing Decisions For Oppo Smartphone Consumers. *ASIAN Academic Society International Conference Proceeding Vol 9 No 7*, 9(7), 140–144.
- Tjiptono, Fandy, dan Anastasia Diana (2016). *Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Andi Offset.
- Triwahyudi, N., & Sumarni. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Implikasi Pada Loyalitas Pelanggan Pengguna Android Samsung di Mall Kalibata. *Jurnal Manajemen FE-UB*, 5(2), 99–110. www.bursahpsamsung.com
- Volindo Argasha, D., & Slamet, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Asus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Surakarta. *Surakarta Management Journal*, 2(1), 40–49.
- Wicaksono, A. C., & Nurseto, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Fitur Produk dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di Kota

Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(1), 34–42.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/22706>