

## DAFTAR PUSTAKA

- Adil. (2023, November 19). *6 Marketing Brand Xiaomi yang Bikin Mereka Sukses Bersaing di Industri Teknologi*.
- Adisty, N. (2022, November 5). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia*. GoodStats.
- Alamsyah, N. (2021). Pengaruh fitur produk dan promosi cashback terhadap keputusan pembelian. In *AKUNTABEL* (Vol. 18, Issue 4). <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/AKUNTABEL>
- Amelia, S. R., Nisya, S. M. A., & Muzdalifah, L. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, Dan Country Of Origin Terhadap Minat Beli Konsumen*.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021a). *Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Coffee Di Resinda Park Mall Karawang Pada Masa Pandemi Covid 19*.
- Anshori, F. I., Ekawaty, N., & Cahyani, J. D. (2021b). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Produk J.CO Donuts & Coffee di Resinda Park Mall Karawang pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, EKonomi, Dan AKuntansi)*, 5(2), 2024–2045.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arradian, D. (2022, January 7). *Xiaomi Ungkap Pencapaian Gemilang Selama 2021 Artikel ini telah diterbitkan di halaman SINDOnews.com pada oleh dengan judul “Xiaomi Ungkap Pencapaian Gemilang Selama 2021 | Halaman Lengkap”*. Untuk selengkapnya kunjungi: <https://tekno.sindonews.com/read/650157/122/xiaomi-ungkap-pencapaian-gemilang-selama-2021-1641528091?showpage=all> Untuk membaca berita lebih mudah, nyaman, dan tanpa banyak iklan, silahkan download aplikasi SINDOnews. Sindonews.
- Ayu Shabrina, S., & Budiarmo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. In *Jurnal Administrasi Bisnis: Vol. IX*.
- Bambang Riono, S., Manajemen, P., & Ekonomi dan Bisnis, F. (2021). Pengaruh Harga Jual dan Merek Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus di Konter Andika Cell Losari) The Effect of Sell Price And Product Brands on Customer’s Buying Interest (Case Study at Andika Cell Losari Counter). In *Journal Economics and Management (JECMA)* (Vol. 2).
- Bimantoro, D. (2023, April 2). *Merk HP Terbaik*. Teknoinside.
- Chaerunnisa, A., Utami, T., Aliyudin, Y., Yulianto, A., Riono, S. B., Dini Adita, M., Manajemen, P. S., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa Minimarket Sari Mulya Kaligangsa. The sample was obtained with the Arikunto formula with subjects. In *JECMER: Journal of Economic,*

- Management and Entrepreneurship Research* (Vol. 1, Issue 4).  
<https://jurnal.eraliterasi.com/index.php/jecmer/>
- Chaerunnisa, T. U. A., Aliyudin, Y., Yulianto, A., & Riono, S. B. (2023). Analisis Pengaruh Harga Produk, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Minat Beli Produk Sabun Lifebuoy di Minimarket Sari Mulya Kaligangsa. *JECMER: Journal of Economic, Management and Entrepreneurship Research*, 1(4), 29–42.
- Dewi, I. R. (2022, March 25). *Samsung, Xiaomi & Vivo Minggir Dulu, Ini Dia Raja HP di RI*. CNBC Indonesia.
- Djaelani, M., & Didit Darmawan, (2021). Dulux Wall Paint Purchase Decision: The Role of Brand Image, Price, And Product Quality on Consumer Behavior of Paint Products. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 150–160.  
<https://doi.org/10.29407/jse.v4i2.114>
- Goenawan, F., & Monica, V. (2021). Perilaku Konsumen Masyarakat Surabaya Dalam Pembelian Pakaian. *Scriptura*, 11(1), 18–25.  
<https://doi.org/10.9744/scriptura.11.1.18-25>
- Hamidah, R. D., Giyartiningrum, E., & Studi Manajemen Fakultas Ekonomi, P. (2023). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI PRODUK SAFI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN ( Studi Pada Wanita Usia 20-30 Tahun di Yogyakarta). *Jurnal Competency Of Business*, 7(1), 128–136. <https://doi.org/10.47200/jcob.v7i01.2008>
- Haoe, S., Ganiwidjaja, J. T., & Andreani, F. (2023). Peran Marketing Food Influencer TIKTOK Terhadap Follower Engagement Dan Purchase Intention Para Pengikut Febryan Dio Ramadhan. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, 9(1), 24–34. <https://doi.org/10.9744/jmp.9.1.24-34>
- Haryono, S., Karina, R., & Brahmana. (2019). 3406-6407-1-SM (1). *Publication Petra*.
- Illahi, S. K., & Andarini, S. (2022). Pengaruh Brand Image terhadap Brand Equity melalui Brand Loyalty Provider Telkomsel di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 653–663.  
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i2.1250>
- Irfaanto, M. H. M. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, Fitur Produk, dan Pengaruh Sosial Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Pengguna Smartphone Samsung di STIE YKPN Yogyakarta) SKRIPSI Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Disusun Oleh*.
- Isaac, E. (2023). *Convenience and Purposive Sampling Techniques: Are they the Same?* [www.seahipaj.org](http://www.seahipaj.org)
- Kholik, A., Maulida, S., Dadan Suganda, A., Hanika, I. M., Ismainar, H., Muniarty, P., Marlina, H., Febrianty, Y. A., Merung, H., & Nufus, N. (2020). *PERILAKU KONSUMEN (Ruang Lingkup Dan Konsep Dasar)*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Komala, M., Anggreani, M., Saraswati, H., & Hidayat, W. (2023). Pengaruh Kualitas dalam Fitur Produk di Bank Syariah Indonesia (BSI) Terhadap Kepuasan Mahasiswa UIN SMH Banten. *Jurnal AKuntan Publik*, 1(2), 190.

- Krisnawati, W. (2020). Pengaruh Online Procrastination, Product Feature, Dan Social Influence Pada Purchase Intention Di Marketplace Shopee. In *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia* (Vol. 6, Issue 2).
- Krisnawati, W. (2021). Pengaruh Online Procrastination, Product Feature, Dan Social Influence Pada Purchase Intention Di Marketplace Shopee. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(2), 210–215.  
<https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i2.4087>
- Kusuma, T. M., & Dadang Hermawan, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan Online Food Delivery Service. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 18(2). <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Lianto, F., Dewi, C., Lianto, F., Kusuma Dewi, C., Kunci, K., Online, T., & Pelanggan, P. (2024). *Pengaruh Performace Expentancy, Effort Expectancy, Social Influence, Facilitating Conditions, Hedonic Motivation, Price Value Dan Habit Terhadap Customer Acceptance (Studi Pada Pengguna Layanan MAXIM Di Kota Bandung)*. <https://bandungkota.bps.go.id/>
- Maulida, L., & Pertiwi, W. K. (2023, October 17). *Jumlah Smartphone yang Digunakan Penduduk Dunia Tembus 4 Miliar*. Kompas.Com.
- Mulyati, S., & Jaya, U. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian HP iPhone. *WINTER JOURNAL*, 1(1).
- Murwani, A., Umam, M. K., Studi, P., Keperawatan, I., Surya, S., & Yogyakarta, G. (2021). *Hubungan Intensitas Penggunaan Smartphone dengan Kualitas Tidur pada Mahasiswa Angkatan 2017 Program Studi Ilmu Keperawatan di Stikes Surya Global Yogyakarta* (Vol. 6, Issue 1).  
<http://formilkesmas.respati.ac.id>
- Nopriandi, N., & Verinita, V. (2021). The Effect of Brand Image, Product Features, and Social Influence on Buying Interest toward Realme Smartphone Products in Padang City. *Enrichment: Journal of ...*, 12(1), 728–735.
- Novitasari, S. (2021). *Novitasari, Sari - 2021 - Pengaruh Social Influence, Fintech Knowledge, Persepsi Kemudahan, Persepsi Keamanan, Dan Brand Image Perusaha*.
- Nugroho, N. E. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Pada Smartphone Samsung Galaxy A10S (The Influence Of Brand Image, Quality Perception, Product Features On Purchase Decisions Through Consumer Trust On The Samsung Galaxy A10S Smartphone)* (Vol. 22, Issue 2).  
[www.jawapos.com](http://www.jawapos.com)
- Nur Rahma, A., Firdaus, V., Komala Sari, D., & Muhammadiyah Sidoarjo, U. (2024). *The Influence Of Brand Ambassador, Brand Image, And Price On Purchase Decisions On Skincare Product Consumer Scarlett Whitening In Sidoarjo City*.
- Nur'aeni. (2019). *Nur'aeni - 2019 - Pengaruh Brand, Product Features, Kemudahan Dan Social Influence Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Genera*.

- Nurochim, A. Z., Suroija, N., & Supaya, S. (2022). *Analysis of Perceived Value and Social Influence as an Influence of Consumer's Purchase Decision Iphone Users in Semarang City*.
- Pahlevi, R. (2022, June 10). *Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Umur (2022)*. Databoks.
- Pandey, R., Reddy, L. S., Chaudary, V., Widyawati, V. T., Sin, L. G., Bin Mohd Ghazali, M. K. A., Kee, D. M. H., Bin Ibrahim, M. F., Bin Ahmad Fadzeil, M. Z., & Binti Mohamed, N. A. (2021). Analysis the Effect of Product Quality and Price on Purchase Decision (Case Study of Adidas India, Indonesia, and Malaysia). *International Journal of Accounting & Finance in Asia Pasific*, 4(1), 71–85. <https://doi.org/10.32535/ijafap.v4i1.1034>
- Pertiwi, W. K., & Yusuf, O. (2021, November 25). *5 Besar Merek Smartphone Global, Apple Depak Xiaomi dari Urutan Kedua* Artikel ini telah tayang di *Kompas.com* dengan judul "5 Besar Merek Smartphone Global, Apple Depak Xiaomi dari Urutan Kedua." Kompas.Com.
- Pratiwi, D., Abdurachman Saleh Situbondo Siti Soeliha, U., Abdurachman Saleh Situbondo Triska Dewi Pramitasari, U., & Abdurachman Saleh Situbondo, U. (2023). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Smartphone Samsung Pada Toko Ponsel Cempaka Cell Di Kabupaten Situbondo Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME) FEB UNARS*, 2(9), 2058–2076.
- Purba, P., & Tafonao, H. (2023). Pengaruh Harga dan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Beli Handphone Oppo pada Toko Oppo di Plaza Millenium. *Jurnal EMT KITA*, 7(3), 637–646. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i3.1135>
- Putri Diah Jaya, A. (2019). *Pengaruh Brand Equity, Brand Image Dan Suasana Toko (Store Atmosphere) Terhadap Minat Beli Pada Toko H&M Di Tunjungan Plaza Surabaya*.
- Putri, K. U., Rahma, T. I. F., & Syahriza, R. (2023). Pengaruh Service Quality, Customer Trust, dan Customer Satisfaction terhadap Purchase Intention Dalam Personal Selling Produk Asuransi Jiwa. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(6), 3751–3767. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v5i6.4606>
- Rakib, M. R. H. K., Pramanik, S. A. K., Amran, M. Al, Islam, M. N., & Sarker, M. O. F. (2022a). Factors affecting young customers' smartphone purchase intention during Covid-19 pandemic. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10599>
- Rakib, M. R. H. K., Pramanik, S. A. K., Amran, M. Al, Islam, M. N., & Sarker, M. O. F. (2022b). Factors affecting young customers' smartphone purchase intention during Covid-19 pandemic. *Heliyon*, 8(9). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10599>
- Randa, R., & Eka, S. (2019). Pengaruh Social Influence dan Lifestyle Terhadap Niat Membeli pada Carrefour. *Jurnal Manajemen*, 2(1), 351–365.
- Rangkuti, R. R., & Sulistyawati, E. (2019). *Pengaruh Social Influence Dan Lifestyle Terhadap Niat Membeli Pada Carrefour*.

- Rendy. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone XIAOMI Di Kota Pangkalpinang. In *JIPMB*, *STIE-IBEK* (Vol. 8, Issue 1). [www.stie-ibek.ac.id](http://www.stie-ibek.ac.id)
- Rendy, Zamhari, & Lestari, S. D. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Fitur Dan Desain Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Xiaomi Di Kota Pangkalpinang. *JURNAL ILMIAH PROGRESIF MANAJEMEN BISNIS (JIPMB)*, *STIE-IBEK*, 8(1), 17.
- Rizaty, M. A. (2023, February 3). *Pengguna Internet di Indonesia Sentuh 212 Juta pada 2023*. DataIndonesia.Id.
- Sadya, S. (2023, January 17). *Pengguna Smartphone Indonesia Terbesar Keempat Dunia pada 2022*. DataIndonesia.Id.
- Sapitri, I., & Saptono, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Social Influence terhadap Minat Beli Produk Hijab Buttonsarves. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(2), 2210. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i2.4027>
- Sari, Y. P., & Mayasari, M. (2022). Pengaruh Perceived of Risk, Enjoyment, Social Influence, Trust, Quality of Website, dan Online Advertisement Terhadap Perilaku Belanja Online Mahasiswa. In *Journal of Applied Accounting and Taxation Article History* (Vol. 7, Issue 1).
- Saskia, C., & Pertiwi, W. K. (2023, October 20). *Ada 354 Juta Ponsel Aktif di Indonesia, Terbanyak Nomor Empat Dunia*. Kompas.Com.
- Shafitri, M., & Aryani, L. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Vivo* (Vol. 2).
- Sunyoto, D., & Yanuar Saksono, C. (2022). *PERILAKU KONSUMEN PENERBIT CV.EUREKA MEDIA AKSARA*.
- Umiyati, I., Eka Putri, T., Maya, N., Artikel, I., & Artikel, H. (2021). Social Influence, Usability And Security On The Intensity of DANA e-Wallet Use. *Journal of Accounting for Sustainable Society (JASS)*, 113–130. <https://doi.org/10.35310/jass.v3i01.898>
- Utami, D. P., & Trifiyanto, K. (2022a). Pengaruh Product Features, Advertising Attractiveness, dan Celebrity terhadap Keputusan Penggunaan Platform Media Sosial Tiktok. In *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen* (Vol. 4, Issue 1). <https://jurnal.universitaspotrabangsa.ac.id/index.php/jimmba/index>
- Utami, D. P., & Trifiyanto, K. (2022b). Pengaruh Product Features, Advertising Attractiveness, dan Celebrity terhadap Keputusan Penggunaan Platform Media Sosial Tiktok. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 178. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.139>
- Utami, H. M., & Sugiati, M. A. (2023). SEIKO : Journal of Management & Business Pengaruh Social Media Marketing Activities terhadap Purchase Intention Dengan Brand Image, Brand Awareness, Brand Equity Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Skincare Avoskin. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 6–11. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3743>
- Veronica, & Rodhiah. (2021a). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara*

*Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 235.

<https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.9657>

Veronica, V., & Rodhiah, R. (2021b). Pengaruh Privacy, Social Influence Terhadap Online Purchase Intention: Trust Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 5(2), 235.

<https://doi.org/10.24912/jmieb.v5i2.9657>

Wildan. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi Di Bandar Lampung*. UNIVERSITAS LAMPUNG.

Yeang, R., Rahayu, H., & 2\*, R. (2023). Pengaruh fitur produk dan harga serta pengaruh sosial terhadap minat membeli produk smartphone. In *Online) JURNAL MANAJEMEN* (Vol. 15, Issue 1).

