

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A, 1996, “Building Strong Brands 1 st ed”, *The Free Press: New York*.
- Aaker, David A. 1997, “Should You Take Your Brand to Where the action is?”, *Harvard Business Review*, Vol.75.
- Abdillah, Dicky Fariz. 2015. “Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merk Samsung”. Universitas Brawijaya.
- Chapman, Joe dan Russ Wahlers. 1999.” A Revision and Empirical Test of the Extended Price-Perceived Quality Model”, *Journal of Marketing*.
- Djoko, Handoyo, dkk. 2012. “Pengaruh Citra Merek, Desain, dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia”. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*. Universitas Diponegoro.
- Fahmi, Reza Zulfikar. 2016. “Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kesadaran Merek, Fitur Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel Xiaomi di Surabaya”. *Perbarnas Institutional Repository*. STIE Surabaya.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Cetakan Keempat, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Häubl, G., A. 1996. “Cross – National Investigation of the Effects of Country of Origin and Brand Name on the Evaluation of New Car”. *International Marketing Review*. Vol. 13 No. 5.
- Indrianto, Nur dan Bambang Supomo. 2002. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi UGM, Yogyakarta.
- Nirmala Dewi, Diah, Ni Luh Gede dan Jatra, Made. 2002. “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone di Kota Denpasar”. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*. Bali.
- Kennedy, P.W. 1994. “Word of Mouth Communication and Price as Signal of Quality”. *The Economic Record*. Vol. 70.
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2, Edisi ke 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I, Edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.

- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 11, PT Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Mas'ud, Fuad. 2004. *Survei Diagnosis Organisasional*. Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Diponegoro, Semarang.
- Mullins, J, Walker, O,C,, Boyd, H,W and Larreche, J,C. 2005. "Marketing Management: A Strategic Decision – Making Approach". McGraw – Hill, New York.
- Prasetya, Dimas dan Nurhadi. 2016. "Pengaruh Persepsi Harga, Fitur Produk, dan *Word of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android (Studi Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta)". *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*. Vol.5 No.1.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Erlangga, Jakarta.
- Puspita Ardy, Ayu, Dian. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian BlackBerry Curve 9300". *Jurnal Ilmu Manajemen*. Universitas Negeri Surabaya.
- Rahma, Eva Sheilla. 2007. "Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Telepon Seluler Merek Sony Ericson di Kota Semarang)". Universitas Diponegoro.
- Sari, Hutami Permita dan Rahmawaty, Penny. 2016. "Pengaruh Citra Merek, Fitur, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen *Smartphone* Xiaomi di DIY)". *Lambung Pustaka Uiversitas Negeri Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk, Amelia. 2004. "Analisa Marketing Mix, Lingkungan Sosial, Psikologi Terhadap Keputusan Pembelian Online Pakaian Wanita". *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 1 No. 2.
- Stedman, Craig. 2000. "Value-Based Pricing". *Journal of Financial and Business Concepts in Brief*.
- Stanton, J.William. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Jilid 1, Edisi 7. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2007. *Statistika Penelitian*. Alfabeta. Bandung
- Sugiyono. 2011. *Statistika Untuk Penelitian*. Alfabeta. Bandung

- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya Pada Strategi Pemasaran Yogyakarta*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Suyaka, Ferdy, Fahdrian. 2010. "Analisis Atribut". Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga. Andi, Yogyakarta
- Wahyuni, Sri. 2013. "Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Citra Merek, dan Dukungan layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Skuter Matik Merek Honda di Kota Semarang". *Jurnal Pengembangan Humaniora*. Vol. 13 No.2.
- Wira Putra, Agus, Putu dan Seminari, Ni Ketut. 2014. "Pengaruh Fitur, Layanan Pelengkap dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana Denpasar)". *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Bali.
- Wulandari, Rina. 2014. "Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)". Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Zeithaml, V. A. 1998. "Consumer Perception of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence". *Journal of Marketing*, Vol 52.
- Wikipedia, Xiaomi, <http://id.m.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>. Diakses pada tanggal 17 Februari 2017 pk 19:30 WIB.
- Xiaomi Global, About Xiaomi Global Community, <http://xiaomi-mi.com/company/about>. Diakses pada tanggal 5 Maret 2017 pk 21:22 WIB.