

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Arisanti, D., Tridayanti, H., Suyono, J., & Elisabeth, DR. 2020. *Peran Mediasi Kesempatan Kerja dalam Hubungannya dengan Brand Image pada Keputusan Peran Mediasi Kesempatan Kerja dalam Memilih Studi Bisnis. Jurnal Internasional IEOM Society Proceedings of the 2nd African International Conference on Industrial Engineering and Operations Management.*
- Badan Pusat Statistik. (2021, November 11). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2020*. Retrieved Mei 2022, 12, from Badan Pusat Statistik: <https://www.bps.go.id/publication/2021/10/11/e03aca1e6ae93396ee660328/statistik-telekomunikasi-indonesia-2020.html>
- 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(01), 34-46.
- Counterpoint. (2022, Mei 20). *Pasar Smartphone Indonesia Tumbuh 11,5% YoY di Q1 2022; OPPO Tetap di Atas*. Retrieved Mei 2022, 25, from Counterpoint: <https://www.counterpointresearch.com/indonesia-smartphone-market-grows-11-5-yoy-q1-2022-oppo-stays-top/>
- Databoks. (2020, September 15). *Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025*. Retrieved Mei 11, 2022, from databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>
- IDC. (2022, maret 22). *Pasar Smartphone Indonesia Diperkirakan Tumbuh 8% pada 2022 Meskipun Ada Hambatan Sisi Pasokan, IDC Melaporkan*. Retrieved mei 13, 2022, from IDC: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP48973022>
- Igo, O. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Blibli. Com* (Doctoral dissertation, STIA MANAJEMEN DAN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).

- Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2022, Februari 18). *Jadi Fokus DEWG-G20, Kecakapan Digital Kunci Pemanfaatan Ruang Digital yang Produktif*. Retrieved Mei 11, 2022, from Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia: [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/40078/siaran-pers-no54hmkominfo022022-tentang-jadi-fokus-dewg-g20-kecakapan-digital-kunci-pemanfaatan-ruang-digital-yang-produktif/0/siaran\\_pers](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/40078/siaran-pers-no54hmkominfo022022-tentang-jadi-fokus-dewg-g20-kecakapan-digital-kunci-pemanfaatan-ruang-digital-yang-produktif/0/siaran_pers)
- Kristiawati, I., GS, A. D., Sari, A. H., & Kusyanto, H. (2019). Citra Merek Persepsi Harga dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mini Market Indomaret Lontar Surabaya. *JMM17: Jurnal Ilmu ekonomi dan manajemen*, 6(02).
- Langi, A. B., & Yulianto, A. E. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Realme (Studi Kasus Pada Mahasiswa Stiesia). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(11).
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2018). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Realme. (n.d.). *Realme Smartphone*. Retrieved Juni 2022, 9, from Realme: <https://www.realme.com/id/>
- Sari, A. P., & Juanim, H. (2021). Pengaruh Brand Image, Product Quality Dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Smartphone Realme Di Kota Bandung (Studi Pada Counter Resmi Realme di Bandung Electronic Center) (Doctoral dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas).
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. INDEK
- Sugiyono. 2018. “*Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D)*”. Bandung : CV Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2014. “*Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran)*”. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Tjiptono.dan Diana. 2019. “*Pemasaran*”. Yogyakarta:CV Andi Offset.
- Top Brand Award. (n.d.). *Top Brand Index Smartphone Fase 1 2022*. Retrieved Mei 2022, 21, from Top Brand Award: [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_find=Xiaomi](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=Xiaomi)