



DAFTAR PUSTAKA

- Best, Roger J.,(2009), *Market-Based Management: Strategies For Frowing Customer Value and Profitability*, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Cooper, Donald R., & Pamela S. Schindler,(2014), *Business Research Method*, New York: McGraw-Hill Higher Education.
- Herdiany, Melinda & Ai Lili Yulianti,(2019), *Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Dengan Competitive Advantage Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Apple Iphone*, Jurnal Ilmiah MEA.Vol.7, No.3, Bandung.
- IDN Times*, (2019, Maret 19), Diambil kembali dari IDN Times Website:
<https://www.idntimes.com/tech/gadget/arifgunawan/kenapa-harus-pilih-smartphone-xiaomi>
- Keller Kevin Lane,(2012), *Strategic Brand Management : Building, Measuring And Managing Brand Equity*, Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Korowa, Enos, Sontje Sumayku, & Sandra Asaloei,(2018), *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen Studi Freshmart Bahu Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis, Vol.6, No.3, Manado.
- Kotler Phillip & Kevin Lane Keller,(2009), *Manajemen Marketing Edisi 13 Jilid satu*, Jakarta: Erlangga.
- Kumparan*, (2018, November 10), Diambil kembali dari Kumparan Web Site:
<https://kumparan.com/kumparantech/cerita-di-balik-solidnya-mi-fans-para-penggi-la-xiaomi-1541845614240696149>
- Liputan 6*, (2019, November 12), Diambil kembali dari Liputan 6 Web Site:
<https://www.liputan6.com/tekn0/read/4108328/idc-pasar-smartphone-dunia-tumbuh-08-persen>
- Lobzhanidze, Alex, Rahul Bhagat, Muralidharan Srevatsa & Shankar Vishwanath,(2018), *Buy It Again : Modeling Repeat Purchase Recommendations*, KDD, London.

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Metcom Indonesia, (2016, Mei 11), Diambil kembali dari medcom.id:

<https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/0k887IPk-pengguna-smartphone-dan-internet-dunia-menuju-100>

Muh, Fitra, & Dr. Luthfiyah,(2017), *Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus*, Sukabumi: CV Jejak.

Schiffman, Leon G., & Kanuk, Leslie Lazar,(2018), *Consumer Behavior Edisi ke-7 Cetakan 5*, New Jersey: Prentice-Hall.

Sugianto, Eko,(2015), *Menyusun Proposal Penelitian: Skripsi dan Tesis*, Yogyakarta: Suaka media.

Tedjo, Esther,(2015), *Penerapan Strategi Value Pricing Pada Perusahaan*, Universitas Ma Chung, Vol.17, No.1, Malang.

Sekaran, Uma & Roger Bougie,(2017), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 1*, Jakarta: Erlangga.

Sekaran, Uma & Roger Bougie,(2017), *Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Edisi 6 Buku 2*, Jakarta: Erlangga.

Sudaryono,(2016), *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*, Jakarta: Budi Publisher

Wijaya, Nelly & Diah Dharmayanti,(2017), *Pengaruh Brand Performance Terhadap Repeat Purchase Dengan Competitive Advantage Dan Customer Engagement Sebagai Variabel Intervening Pada Penggunaan Sepeda Motor Honda di Surabaya*, Jurnal Ilmiah MEA, Vol.3, No.3, Surabaya.

Wikipedia, (2019, Januari 6), Diambil kembali dari Wikipedia Web Site:
<https://id.wikipedia.org/wiki/Xiaomi>

Wilianto, Kenny & Hatane Samuel,(2018), *Analisa Pengaruh Brand Performance Terhadap Repurchase Intention Dengan Competitive Advantage Sebagai Variabel Mediasi Pada Erha Dermatology Surabaya*, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Kristen Petra, Vol.5, No.2, Surabaya.



Worblewski, Julian & Sven Erik Loss,(2018), Understanding Value- Based Pricing:
Conceptualising Customer Value Oin a B2B Industrial Context, Lund University,
Sweden.

Xiaomi (2014, April 20), Diambil kembali dari Xiaomi Indonesia Website:
<https://www.mi.co.id/id/index.html>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta Milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.