



## Analisis Strategi Peningkatan Kepuasan Pada Produk Xiaomi

**Iis Mariyam**

Departemen manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bianis, Universitas Bina Bangsa

Email: [Mariyamiis397@gmail.com](mailto:Mariyamiis397@gmail.com)

**Tasya Aulia**

Departemen manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bianis, Universitas Bina Bangsa

Email: [auliat645@gmail.com](mailto:auliat645@gmail.com)

**Syamsul Hidayat**

Departemen manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bianis, Universitas Bina Bangsa

Alamat: Jl. Raya Serang-jakarta KM.03 No.1B Kota Serang, Banten

Korespondensi penulis: [Mariyamiis397@gmail.com](mailto:Mariyamiis397@gmail.com)

**Abstract.** *Mobile phones are a technology that is developing rapidly from year to year. Many new brands are emerging in the world cellphone competition that competes with each other to create products their flagship. Several factors can influence the decision consumer purchases, namely: brand image, price and product quality. Image A brand is an association of all available information about a brand The products, services and companies of this brand are the abstract of this journal article which reveals the background that mobile phones are a technology that is developing rapidly with the emergence of many new competing brands. Several factors that influence consumer purchasing decisions include brand image, price and product quality.*

**Keywords:** *marketing strategi, pada produk.*

**Abstrak.** Handphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan handphone yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu: citra merek, harga, dan kualitas produk. Citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang di maksud. Ini merupakan abstrak dari artikel jurnal ini yang mengungkapkan latar belakang bahwa handphone merupakan teknologi yang berkembang pesat dengan munculnya banyak merek baru yang bersaing. Beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah citra merek, harga, dan kualitas produk.

**Kata kunci:** strategi pemasaran, pada produk

### LATAR BELAKANG

Handphone merupakan salah satu teknologi yang berkembang dengan cepat dari tahun ke tahun. Banyak bermunculan merek-merek baru di dunia persaingan handphone yang saling berlomba untuk menciptakan produk unggulan mereka. Beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu: citra merek, harga, dan kualitas produk. Citra merek merupakan asosiasi dari semua informasi yang tersedia mengenai produk, jasa dan perusahaan dari merek yang di maksud (Ratri, 2007).

Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi masalah suatu produk. Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu terjadi meliputi daya tahan, keandalan, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler dan Armstrong, 2008).

Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas. Di sisi lain, harga dan kualitas produk juga merupakan faktor penting yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan pembelian smartphone. Xiaomi adalah salah satu jenis handphone pintar (smartphone) yang merilis telepon cerdas pertamanya di bulan Agustus 2011 ([www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org)).

Menurut laporan dari We Are Sosial pengguna smartphone di Indonesia kurang lebih tercapainya 338 juta pengguna. Hal ini membuktikan bahwasanya industri smartphone mengalami perkembangan yang sangat pesat tiap tahunnya. Karena hal tersebutlah permintaan akan smartphone mengalami peningkatan. Hal ini menjadi faktor yang mendorong produsen bersaing secara ketat didalam menetapkan strategi untuk menarik hati pelanggan. Berdasarkan pembahasan diatas, bisa ditarik simpulan bahwasanya harga dan kualitas produk memberi pengaruh kepada keputusan pembelian. Sependapat dengan Kasanti, dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk.

Hasil dari penelitian ini diharapkan mampu memberi manfaat teoritis dan manfaat praktis. Dilihat dari manfaat teoritis yang mana bisa memperdalam pemahaman tentang manajemen pemasaran terkait keputusan pembelian yang diakibatkan oleh harga dan kualitas produk. Dilihat dari manfaat praktis yang mana bisa digunakan oleh pihak toko xiami selaku bahan dasar untuk mempertimbangkan kegiatan atau kebijakan perusahaan, didalam menentukan strategi pemasaran.

## **KAJIAN TEORITIS**

Dalam pelaksanaan ini, penelitian menggunakan desain kuantitatif kasual. Sedangkan metode pengumpulan data menggunakan metode kuesioner. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan..

Berdasarkan riset terdahulu memperlihatkan bahwasanya variable bebas yakni harga dan kualitas produk memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone xiami. Apabila harga terjangkau dan sama halnya dengan daya beli pelanggan maka dapat mendorong peminat smartphone xiami tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

## **PENDEKATAN RISET**

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

## **POPULASI DAN SAMPEL**

Populasi dalam penelitian ini, konsumen yang sudah pernah membeli dan menggunakan handphone merek xiami tidak diketahui jumlah populasi dalam penelitian ini karena tidak ada data pasti jumlah pengguna handphone xiami. Peneliti ini menggunakan teknik sampel yang diambil oleh peneliti menggunakan teknik non probability sampling yaitu salah satu pengambilan sampel secara sengaja dengan pertimbangan tertentu dari peneliti, sampel dalam penelitian sebanyak 108 responden.

## **TEKNIK ANALISIS DATA**

Penyajian data yang dilakukan dalam bentuk tabel karena perhitungan yang dilakukan menggunakan SPSS yang hasilnya merupakan dari perhitungan yang digunakan dalam penelitian ini, dengan bantuan Microsoft Excel untuk memudahkan dalam memasukan data ke SPSS. Penelitian ini terdiri dari kualitas produk dan harga sebagai variable independen dan keputusan pembelian sebagai variable dependen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis regresi linier berganda yaitu hubungan secara linier antara dua variable independen atau lebih dalam mempengaruhi variable dependen.

## **INSTRUMEN PENGUMPULAN DATA**

Pada penelitian ini penulis menyebarkan koesioner yang berisi daftar pertanyaan dalam bentuk angket. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode purposive Sampling. Menurut Yuandari dan Rohman (2017:12) Purposive Sampling adalah teknik penentuan sampel yang samplingnya di pilih berdasarkan pertimbangan agar memperoleh sampling yang memiliki karakteristik yang dikehendaki. Dimana setiap poin pertanyaan mempunyai 5 (Lima) opsi sebagai berikut :

5. SS : Sangat setuju
4. S : Setuju
3. KS : Kurang setuju
2. TS : Tidak setuju
1. STS : Sangat tidak setuju

## **ALAT ANALISIS STATISTIK DATA**

## 1. Uji Validitas Dan Reliabilitas

### 1) Validitas

Uji validitas berguna untuk memastikan kerelevanan pernyataan dalam kuesioner. Namun jika terdapat pertanyaan yang tidak relevan maka sebaiknya pernyataan tersebut dibuang atau di ganti (Priyanto, 2012). Suatu koesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu diukur oleh kuesioner tersebut. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel untuk degree of freedom  $(df) = n - 2$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel. Uji signifikansi dapat juga dilakukan lewat uji  $t$  (Arikunto, 2010).

### 2) Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui keajegan atau konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner. Metode yang sering digunakan dalam penelitian untuk mwngukut skala rentangan adalah Cronbach Alpha (Priyanto, 2012). Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja.

Pengukuran tingkat reliabilitas dengan kriteria jika alpha atau  $r$  hitung :

0,80-1,00 = Reliabilitas sangat tinggi

0,60-0,800 = Reliabilitas tinggi

0,40-0,600 = Reliabilitas sedang

0,20-0,400 = Reliabilitas rendah

-1,00-0,200 = Reliabilitas sangat rendah ( Tidak Reliable )

## 2. Uji Normalitas Data

Menurut Ghozali (2016:154) Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui masing - masing residusial apakah dapat berdistribusi normal atau tidak. Uji Normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual yang dihasilkan berdistribusi normal atau tidak, dengan menggunakan metode Uji Analisis Grafik dengan menggunakan p-plot. Residual berdistribusi normal, jika titik - titik mendekati garis diagonal dari bawah keatas.

## 3. Uji Multikolonieritas

Uji ini digunakan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel independen. Jika terdapat atau terjadi korelasi, maka terdapat masalah multikolinieritas, (Ce Gunawan, 2018:133). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel independen. Dengan melihat nilai tolerance dan inflation factor (VIF) pada model regresi, cara mengetahui ada tidaknya gejala multikolinieritas dengan melihat nilai (VIF) dan tolerance dengan ketentuan, jika

nilai VIF kurang dari 10 dan tolerance lebih dari 0,1, maka dinyatakan tidak terjadi multikolonieritas.

#### 4. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier berganda dilakukan untuk melakukan prediksi tentang keadaan naik turun suatu variabel terikat diantara dua atau lebih variabel bebas sebagai predikat dapat dilakukan sebuah manipulasi (Sugiyono, 2016: 227). Melihat signifikansi besarnya probabilitas atau peluang untuk memperoleh kesalahan dalam pengambilan keputusan. Jika pengujian menggunakan tingkat signifikansi 0,05 artinya peluang memperoleh kesalahan maksimal sebesar 5%. Dengan kata lain, tingkat kepercayaan untuk pengambilan keputusan adalah benar.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini data di peroleh dengan cara menyebarkan koesioner atau angket yang sudah disediakan kepada seluruh responden untuk di isi, kemudian responden mengisi jawaban pertanyaan dalam anget, serta mengumpulkan kembali angket yang telah di isi. Populasi yang di ambil pada penelitian ini sebanyak 101 orang.

#### 1.Uji Validitas Dan Reliabilitas

##### Uji Validitas dan Reliabilitas variabel X1

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.455	3

CA > 0,6 RELIABEL

0,455 > 0,6

Jika nilai nya lebih dari pada 0,6 artinya ini reliable .jika nilai trombak alpha nya lebih dari 0,06 artinya aitem pertanyaan di variable gaya kepemimpinan berarti reliable kemudian kita lihat reliabilitasnya .

Dari output SPSS versi 26 kita liat nilai Cronbach's Alpha nya 0,455 artinya lebih besar dari 0,6 data ini reliable.

##### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	7.62	1.057	.349	.326
X1.2	7.67	.782	.462	.057

X1.3	7.89	.678	.151	.753
------	------	------	------	------

R TABEL = 0,1956

H = RH > RT = VALID

Keterangan :

Dari nilai r tabel ini kita lihat untuk nilai r hitungnya hipotesis yang di ajukan. jika, r hitung lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid. Cara melihat nya kita lihat dari r hitungnya ada tidak yang di bawah 0.1956. dan yang tercantum data di atas nilai nya lebih besar dari r tabel. Jadi, hipotesisnya r hitung lebih besar dari r tabel artinya data tersebut valid.

**Uji Validitas dan Reliabilitas variabel X2**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.134	3

CA > 0,6 RELIABEL

0,455 > 0,6

Jika nilai nya lebih dari pada 0,6 artinya ini reliable .jika nilai trombak alpha nya lebih dari 0,06 artinya aitem pertanyaan di variable gaya kepemimpinan berarti reliable kemudian kita lihat reliabilitasnya . Dari output SPSS versi 26 kita liat nilai Cronbach's Alpha nya 0,134 artinya lebih besar dari 0,6 data ini reliable.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	7.50	1.152	.154	-.060 <sup>a</sup>
X2.2	7.70	.991	.039	.175
X2.3	7.87	.973	.034	.192

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

R Tabel =0,1956

H=RH>RT=Valid

Dari nilai r tabel ini kita lihat untuk nilai r hitungnya hipotesis yang diajukan jika, r hitung lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid.Cara melihat nya kita lihat dari r hitungnya ada tidak yang dibawah 0,1956 dan yang tercantum data diatas nilainya lebih besar dari r tabel jadi,hipotesisnya r hitung lebih besar dari r tabel artinya data tersebut valid

**Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Y**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.255	4

CA > 0,6 RELIABEL

0,455 > 0,6

Jika nilai nya lebih dari pada 0,6 artinya ini reliable .jika nilai trombak alpha nya lebih dari 0,06 artinya aitem pertanyaan di variable gaya kepemimpinan berarti reliable kemudian kita lihat reliabilitasnya . Dari output SPSS versi 26 kita liat nilai Cronbach's Alpha nya 0,255 artinya lebih besar dari 0,6 data ini reliable.

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	11.37	2.174	.076	.267
Y.2	11.58	1.885	.095	.259
Y.3	11.50	1.772	.246	.034
Y.4	11.21	2.346	.105	.231

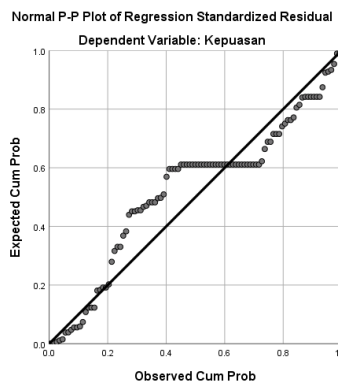
R Tabel =0,1956

H=RH>RT=Valid

Keterangan :

Dari nilai r tabel ini kita lihat untuk nilai r hitungnya hipotesis yang diajukan jika, r hitung lebih besar dari r tabel maka data tersebut valid.Cara melihat nya kita lihat dari r hitungnya ada tidak yang dibawah 0,1956 dan yang tercantum data diatas nilainya lebih besar dari r tabel jadi,hipotesisnya r hitung lebih besar dari r tabel artinya data tersebut valid.

**2 . Pengujian Normalitas Data dengan menggunakan P-Plot**



Dari hasil output spss versi 26 dengan menggunakan p-plot, terlihat bahwa data variabel dependent dan variabel independent mempunyai distribusi normal, karena data - data yang diolah banyak menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal tersebut dari bawah keatas, ini berarti data yang telah dilakukan pengujian memiliki distribusi normal dan dapat digunakan.

**Pengujian Multikolonieritas dengan menggunakan Uji koefisien**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		95,0% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.255	1.495		2.846	.005	1.288	7.221					
	Kualitas pelayanan	.547	.130	.388	4.197	.000	.288	.806	.535	.390	.340	.767	1.304
	Harga	.399	.122	.303	3.274	.001	.157	.641	.491	.314	.285	.767	1.304

a. Dependent Variable: Kepuasan

Dari hasil output spss versi 26 untuk uji multikolonieritas dilihat dari output coefficients didapatkan nilai toleransinya untuk variabel Kualitas Pelayanan X1 = 0,767 dan variabel Harga X2 = 0,767 dengan nilai VIFnya untuk variabel Kualitas Pelayanan X1 = 1,304 dan variabel Harga X2 = 1,304. Dimana dari output tersebut nilai VIFnya kurang dari < 10 dan nilai toleransinya lebih dari > 0,01. Maka dapat disimpulkan dengan tegas bahwa data tersebut tidak terdapat masalah multikolonieritas.

**3. Pengujian Regresi Linier Berganda  
Pengujian Koefisien korelasi dan R<sup>2</sup>**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.597 <sup>a</sup>	.356	.343	1.388

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Hasil output spss versi 26 untuk model summary didapatkan nilai R sebesar 0,597 . Hal ini menunjukkan tingkat hubungan Variabel X1 dan X2 terhadap Y dengan melihat Tabel Interpretasi Koefisien Korelasi nilai tersebut berada pada rentang atau jarak 0,60 – 0,700 dengan tingkat hubungan Kuat. Dengan demikian dapat disimpulkan hubungan Variabel X1 dan X2 terhadap Y memiliki hubungan yang Kuat. Didapatkan nilai R Square sebesar 0,356 atau 35,6% . Artinya Variabel X1 dan X2 secara bersama - sama berpengaruh terhadap Y sebesar 35,6% sedangkan sisanya 60,4% dipengaruhi oleh variabel lain diluar variabel yang diteliti.

**Pengujian dengan menggunakan T Hitung**



**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.255	1.495		2.846	.005
	Kualitas pelayanan	.547	.130	.388	4.197	.000
	Harga	.399	.122	.303	3.274	.001

a. Dependent Variable: Kepuasan

hitung Kualitas Pelayanan = 4,197

T hitung Harga = 3,274

T tabel = 1,660

Cara mencari T tabel :  $n - k = 100 - 3 = 97$

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Coefficientsa untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X1) didapatkan nilai t hitungnya sebesar 4,197 dan nilai t tabelnya sebesar 1,660 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,005 artinya kurang dari ( $<$ ) 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan terdapat pengaruh positif Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan (Y) .

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Coefficientsa untuk Variabel Harga (X2) didapatkan nilai t hitungnya sebesar 3,274 dan nilai t tabelnya sebesar 1,660 dengan nilai signifikansinya sebesar 0,000 artinya lebih dari ( $>$ ) 0,05 dengan demikian dapat disimpulkan tidak terdapat pengaruh positif Harga (X2) terhadap Kepuasan (Y)

**Pengujian dengan menggunakan F Hitung****ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104.477	2	52.238	27.125	.000 <sup>b</sup>
	Residual	188.731	98	1.926		
	Total	293.208	100			

a. Dependent Variable: Kepuasan

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas pelayanan

Tabel = 2,698

F hitung = 27,125

Dari hasil output spss versi 26 untuk Model Anova didapatkan nilai f hitungnya sebesar 27,125 dan f tabelnya sebesar 2,698 dengan nilai signifikansinya  $0,000 <$  dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan variabel X1 dan X2 secara bersama - sama berpengaruh terhadap Y.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

Variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi. Semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, maka semakin besar minat konsumen untuk memilih dan membeli smartphone merek Xiaomi. Variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan, maka semakin besar minat konsumen untuk memilih dan membeli smartphone merek Xiaomi. Variabel kualitas produk dan harga secara simultan atau bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone merek Xiaomi. Artinya, kedua variabel tersebut secara bersama-sama mempengaruhi minat konsumen untuk membeli smartphone merek Xiaomi. Perusahaan harus terus meningkatkan kualitas produk agar terus menarik minat dan loyalitas konsumen. Perusahaan perlu melakukan inovasi produk secara berkala agar tidak bosan di mata konsumen. Perusahaan perlu melakukan riset pasar secara berkala untuk mengetahui kebutuhan dan preferensi konsumen. Perusahaan perlu mempertahankan harga yang kompetitif atau terjangkau agar terus bersaing di pasar. Perusahaan perlu memperkuat promosi komunikasi pemasaran untuk terus mengedukasi manfaat produknya kepada konsumen.emasaran. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa , karena atas berkat dan rahmatnya, kami dapat menyelesaikan tugas artikel jurnal ilmiah ini. Penelitian Jurnal ilmiah ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mengerjakan UAS Studi Kelayakan Bisnis Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Bangsa.

Oleh sebab itu kami mengucapkan terima kasih kepada Bapak Syamsul Hidayat, SE.,MM yang sudah membantu dalam menyelesaikan tugas jurnal ilmiah ini. Kami menyadari dalam artikel jurnal ini masih terdapat kekurangan, untuk itu diharapkan kritik dan saran yang membangun untuk dapat menyempurnakan artikel jurnal ini.

Akhir kata, Kami mengucapkan terima kasih dan semoga artikel jurnal ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

#### DAFTAR REFERENSI

- Ratri., & Lutiary Eka . (2007) . Strategi Memenangkan Persaingan Pasar
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Marlina. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 1. No 2. Hal 1-18.
- Saladin, Djaslim. 2007. **Manajemen Pemasaran**. Bandung: Linda Karya.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2008. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat
- Alma, Buchari. 2007. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung: Alfabeta.
- Suri Amalia., & M. Oloan Asmara Nst (2007). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek XIOMI di kota langsa. *Jurnal manajemen dan akuntansi* .