

DAFTAR PUSTAKA

- Amiruddin, R. (2007). *Pendekatan Mutu dan Kepuasan Pelanggan dalam Pelayanan Kesehatan*. Makassar: Unhas.
- Arab, N. (2018). Relationship Between Dimensions of Brand Equity and 4ps of Marketing Mix: Coca Cola Consumer Based Qualitative Survey. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(2), 165–187.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Badan Pusat Statistik Provinsi DKI Jakarta. (2018). *Statistik Kesejahteraan Rakyat Kota Administrasi Jakarta Selatan*. Jakarta: Badan Pusat Statistik Kota Administrasi Jakarta Selatan.
- Baker, M. J. (2016). *The Marketing Book (7th Edition)*. Oxon, New York: Routledge.
- Bhuono. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Brucks, M., Zeithaml, V. A., & Naylor, G. (2000). Price and Brand Name As Indicators of Quality Dimensions for Consumer Durables. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Canalys. (2019). *Smartphone Analysis*. Diambil kembali dari Canalys: <https://www.canalys.com/analysis/smartphone+analysis>
- Chai, K.-H., Ding, Y., & Xing, Y. (2009). Quality and Customer Satisfaction Spillovers in the Mobile Telecoms Industry. *Service Science: 1(2)*, 93-106.
- Fandy, T. (2006). *Manajemen Jasa. Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Fulgoni, G. M. (2018). How Limited Data Access Constrains Marketing-Mix Analytical Efforts. *Journal of Advertising Research*. DOI: 10.2501/JAR-2018-046.

- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Unibersitas Diponegoro.
- Goldsmith, & Blustain. (1999). *Pengembangan Masyarakat : Mempersiapkan Masyarakat Tinggal Landas*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Gunawan, I. (2017). *Pengantar Statistika Inferensial*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Hasan, M. I. (2001). *Pokok-Pokok Materi Statistik 1*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Haug, S., Castro, R. P., Kwon, M., Filler, A., Kowatsch, T., & Schaub, M. (2015). Smartphone use and smartphone addiction among young people in Switzerland. *Journal of Behavioral Addictions* 4(4), 299–307.
- Hunt, C. S. (2015). *Marketing*. New York: McGraw-Hill Education.
- IDC. (2018). *IDC Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker*. Diambil kembali dari IDC: <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS44188018>
- iNews. (2018). *iNews Finance*. Diambil kembali dari iNews: <https://www.inews.id/finance/read/56521/bappenas-jumlah-milenial-di-indonesia-capai-90-juta-orang>
- Jahanshahi, A. A. (2011). Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty. *International Journal of Humanities and Social Science Vol. 1 No. 7*.
- Jefkins, F. (1993). *Modern Marketing*. London: Pitman Publishing.
- Johnson, M. D. (2015). Customer Satisfaction. 3198-3202.
- Kai-Sheng, L. (2018). The Problem Faced and the Solution of Xiaomi Company in India. *International Journal of Advances in Management and Economics Vol.7*, 16-24.
- Karim, & Hadi. (2007). *Analisis Regresi Berganda dan Analisis Faktor*. Banjarmasin.
- Kesuma, K. T. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen (Studi: Pengguna Samsung Android Phone di PT. Ericsson)*. Depok: Universitas Indonesia.

- Kim, D., Chun, H., & Lee, H. (2014). Determining the factors that influence college students' adoption of smartphones. *Journal of The Association for Information Science and Technology*.
- Kim, M.-K., Wong, S. F., Chang, Y., & Park, J.-H. (2016). Determinants of customer loyalty in the Korean smartphone market: Moderating effects of usage characteristics. *Telematics and Informatics* 33, 936-949.
- Koojaroenprasit, S. (2018). Services Marketing Mix of Starbucks Coffee in Bangkok, Thailand. *Asian Social Science; Vol. 14, No. 9*.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2010). *Principles of Marketing 13th Edition*. New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management 14th Edition*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Bahasa Indonesia*. PT Indeks.
- Kuswanto, D. (2012). *Statistik untuk Pemula dan Orang Awam*. Jakarta: Laskar Askara.
- Lenzun, J. J., Massie, J. D., & Adare, D. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA Vol.2 No.3*, 1237-1245.
- Londhe, B. (2014). Marketing Mix for Next Generation Marketing. *Procedia Economics and Finance* 11, 335-340.
- Nugroho, S. (2008). *Dasar-Dasar Metode Statistika*. Jakarta: PT Grasindo.
- Pratomo, Y. (2018). *Perbandingan Redmi Note 5, Galaxy A8, Oppo F7, dan Vivo V9*. Diambil kembali dari Kompas Tekno: <https://tekno.kompas.com/read/2018/04/19/16020037/perbandingan-redmi-note-5-galaxy-a8-oppo-f7-dan-vivo-v9?page=all>
- Purnamasari, I. Y. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Produk M2 Fashion Online di Singaraja Tahun 2015. *Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi (JJP) Vol.5 No.1*.

- Riduwan, & Akdon. (2010). *Rumus dan Data dalam Analisis Data Statistika*. Bandung: Alfabeta.
- Salkind, N. J. (2007). *Encyclopedia of Measurement and Statistics*. California: Sage Publications.
- Sari, N. M. (2019). *Liputan 6 Gadget*. Diambil kembali dari Liputan 6: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3866994/10-kelebihan-dan-kelemahan-hp-xiaomi-harga-murah-dengan-spesifikasi-canggih>
- Schiffman, & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Kedua*. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Schiffman, L. G. (2010). *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Setiawan, H., Minarsih, M. M., & Fathoni, A. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Nasabah dan Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Management, Volume 2 No.2*.
- Singh, M. (2012). Marketing Mix of 4P's for Competitive Advantage. *IOSR Journal of Business and Management (IOSRJBM)* , 45.
- Sudarmanto, R. G. (2005). *Analisis Regresi Linier Ganda dengan SPSS*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bogor: PT Penerbit IPB Press.
- Supardi. (2012). *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Jakarta: UFUK PRESS.
- Thabit, T. H., & Raewf, M. B. (2018). The Evaluation of Marketing Mix Elements:. *International Journal of Social Sciences & Educational Studies. ISSN 2520-0968 (Online), ISSN 2409-1294 (Print), March 2018, Vol.4, No.4*.

- The Organization of Consumers and Users. (2015). *OCU*. Diambil kembali dari OCU: <https://www.ocu.org/tecnologia/telefono/noticias/encuesta-satisfaccion-smartphones>
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategik Edisi 3*. Yogyakarta: ANDI.
- Usman, H., & Akbar, R. P. (2008). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Wibisono, Y. (2017). *Metode Statistik*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Widodo, A., & Andawaningtyas, K. (2017). *Pengantar Statistika*. Malang: UB Press.
- Xiaomi. (2019). *Xiaomi - About Us*. Diambil kembali dari Mi: <https://www.mi.com/global/about/>
- Yi, Z. (2018). *Marketing Services and Resources in Information Organizations. The Marketing Mix and Branding*. CP Chandos Publishing.