

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2020). *Brand Portfolio Strategy: Creating Relevance, Differentiation, Energy, Leverage, and Clarity. : : Free Press.*
- Aditya, Ricky., Wardhana, Aditya. (2016, April). Pengaruh Perceived Usefulness dan Perceived Ease of Use Terhadap Behavioral Intention Dengan Pendekatan Technology Acceptance Model (TAM) Pada Pengguna Instant Messaging Line di Indonesia. *Jurnal Siasat*
<https://doi.org/10.20885/jsb.vol20.iss1.art3>. *Bisnis*, 20(1), 24-32.
<https://journal.uui.ac.id/JSB/article/view/4427>.
- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh brand ambassador, ewom, dan brand trust terhadap keputusan pembelian produk Erigo. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 2(1).
- Agustini, Grashinta Aully, Putra San, Sukarman, Guampe Arfid Feliks, Akbar Saddam Jakub, Lubis Alridho Muhammad, M. I. (2023). Metode Penelitian Metode Penelitian. In *Metode Penelitian Kualitatif* (Vol. 3, Nomor 17).
[http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB III.pdf](http://repository.unpas.ac.id/30547/5/BAB%20III.pdf)
- Ahmad, A., Yunita, L., & Sintia, L. A. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik* (Sulung Neila (Ed.)). Get Press Indonesia.
- Alma, B. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Amalia, M. S., Ulfa, S., & Soepriyanto, Y. (2020). Multimedia tutorial berbasis android untuk memudahkan siswa memahami materi mengenal notasi balok kelas X seni musik. *Jurnal Kajian Teknologi Pendidikan*, 3(1), 59–67.
- Amalia, R. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Amalia Riswandani. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Kopi Kenangan Cabang Manukan, Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

- Amelia, D., Setiaji, B., Jarkawi, J., Primadewi, K., Habibah, U., Peny, T. L., Rajagukguk, K. P., Nugraha, D., Safitri, W., Wahab, A., Larisu, Z., & Dharta, F., & Y. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif. In Metpen. *Yayasan Penerbit Muhammad Zaini*. <https://penerbitzaini.com/>
- Amin, A. M., & Hendra, H. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Lazada. *Co. Id. Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 1(1), 78–89.
- Anang, F. (2020). *Komunikasi Pemasaran*. CV. Qiara Media.
- Anggraini, N. (2020). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Produk Rabbani Di Palembang. *Jurnal Neraca*.
- Arif, F., Maria, R. V., & Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish Publisher. [https://repositori.sttkd.ac.id/Documents/Arif%20Fakhrudin%20S.E.%20M.M./1. Buku Bauran Pemasaran.pdf](https://repositori.sttkd.ac.id/Documents/Arif%20Fakhrudin%20S.E.%20M.M./1.Buku%20Bauran%20Pemasaran.pdf)
- Arifin, Magito, Perkasa, D. H., & Febrian, W. D. (2023). *Pengaruh Kompensasi , Kompetensi dan Konflik Kerja terhadap Kinerja Karyawan Pendahuluan*. 01(01), 24–33.
- Arifta, M. N. Z., & Aulia, P. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Shopeepay Pada Mahasiswa Telkom University. *E-Proceeding of Management*, 10(1), 90–97.
- Bithourproduction.com. (2023). *Marketing Brand Xiaomi yang Bikin Mereka Sukses Bersaing di Industri Teknologi*. bithourproduction.com. <https://bithourproduction.com/blog/strategi-marketing-brand-xiaomi/>
- Canalys. (2024). Pasar *smartphone* global rebound untuk kuartal ketiga berturut-turut dengan pertumbuhan 12%. canalys.comanalys.com. <https://www.canalys.com/newsroom/global-smartphone-market-q2-2024>
- Cindy Magdalena Gunarsih. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *journal unsrat*.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A.

- (2021). Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif Kualitatif. *Media Sains Indonesia*. <https://medium.com/@arifwicaksanaa/pengertian-use-case-a7e576e1b6bf>
- Databoks. (2024). *Pengiriman Smartphone ke Indonesia Naik pada Kuartal II 2024*. databoks.katadata.co.id. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66bef8525cfaa/pengiriman-smartphone-ke-indonesia-naik-pada-kuartal-ii-2024>
- Dewi Sari Lati. (2021). Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian (Asep Saeful Falah (ed.)). *Global Aksara Pers*.
https://www.academia.edu/107225264/Perilaku_konsumen_dan_keputusan_pembelian_1_
- Diah Fatma Sjoraida, & Siti Masruroh. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 9.
- Dila, D., Wahyuningtyas, F., & Asteria Beta, et al. (2023). Keputusan Pembelian dalam Perilaku Konsumen. In *I. STIE Widya Wiwaha*.
- Djaali. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *Bumi Aksara*.
- Duryadi. (2021). Metode Penelitian Ilmiah Metode Penelitian Empiris Model Path Analysis dan Analisis Menggunakan SmartPLS. In *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik* (Vol. 7, Nomor 1).
- Efendi et al. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT di Kota Surabaya. *jurnal pengembangan wiraswasta*, Vol 22, No, 207.
- Falaila, L. A. (2024). *Indonesian Journal of Economics , Management , and Accounting* Pengaruh Kualitas Sistem & Keamanan Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepercayaan sebagai Variabel Mediasi Dalam Menggunakan Layanan *Mobile Banking* BCA (*BCA Mobile*). 1(10), 1056–1063.
- Fauzan, R., Daga, R., Sudirjo, F., et al. (2023). *Produk Dan Merek* (Fachruraz (Ed.)). : Ptglobal Eksekutif Teknologi.
- Firdayanti, Y. & F. Oktafani. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga

- Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone 12 Di Kota Bandung.
Jurnal Ekonomi, 19, 1–11.
- Firmansyah, A. (2020). Komunikasi Pemasaran. CV. Penerbit Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2023). Pemasaran Produk dan Merek: *Planning & Strategy*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Square* Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program *SmartPLS* 4.0 Untuk Penelitian Empiris.
- H, Puspasari & W, P. (2022). Uji validitas dan reliabilitas instrumen penelitian tingkat pengetahuan dan sikap mahasiswa terhadap pemilihan suplemen kesehatan dalam menghadapi covid-19. *Jurnal Kesehatan*, 13, 65–71.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., M. Ringle, C., Sarstedt, M., P. Danks, N., & Ray, S. (2021). Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R. In *Handbook of Market Research*. https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15
- Hanny, Anggoro, M. A., Monika, & Angelia, B. (2021). *he Influence Of Customer Satisfaction, Product Quality And Promotion Strategy On Consumer Loyalty In The Study Of Consumers At PT Calista Beauty Clinic Medan*. *Institute of Computer Science*, 5(1), 338–342.
<https://doi.org/https://iocscience.org/ejournal/index.php/mantik/article/view/1340>
- Haque-Fawzi Grace Marissa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.
Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis.
- Haque-Fawzi Grace Marissa, Iskandar Syarif Ahmad, & Erlangga Heri, et al. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21(1).
- Hasan, A. (2015). *Tourism Marketing*. CAPS.
- Imantoro, F. (2017). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Konsumen Mie Instan Merek

- Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh) (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya). *repository.ub.ac.id*.
- Irmawanti, A., & Puspita, R. E. (2021). Customer's decisions to save in sharia banking among Jakarta millennial. *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 13(1), 64–83. <https://doi.org/10.24235/amwal.v13i1.8239>
- Ismail, R., Imam, W., & Diajeng, R. (2023). Buku Ajar Manajemen Pemasaran Binis. CV. Putra Media Nusantara (PMN).
- Iwan., dan S. S. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk INDOCAFE Pada PT Prima Bintang Distribusindo. *Jurnal Magisma*, 8(2), 17–24.
- J, W., & Stanton. (2001). *Fundamental of Marketing* (Lamarto Yohanes (ed.); Seventh). Penerbit Erlangga.
- Jannah, K. A. M., Aiman, U., Hasda, S., Fadilla, Z., Ardiawan, T. M. K. N., & Sari, M. E. (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Metodologi Penelitian Kuantitatif. In Yayasan Penerbit Muhammad Zaini (*Issue May*).
- Kartawinata, Budi Rustandi., Wafa, Athaya Altar., Kurnianingrum, Dian., Fakhri, Mahendra., Wardhana, Aditya., Joviano, Ridho. (2024). The Impact of Digital Marketing and Brand Trust on E-Wallet Adoption (Study on ShopeePay Indonesia). SPIE Conference Proceedings 2024, 13188, 1-6. [https://www.spiedigitallibrary.org/search?term=The%20Impact%20of%20Digital%20Marketing%20and%20Brand%20Trust%20on%20E-Wallet%20Adoption%20\(Study%20on%20ShopeePay%20Indonesia\)&webSyncID=03e7ca42-a913-0778-04b3-6c738e013b97&sessionGUID=48c22daab9a7-3ce8-2957-38d6e6a05b3b](https://www.spiedigitallibrary.org/search?term=The%20Impact%20of%20Digital%20Marketing%20and%20Brand%20Trust%20on%20E-Wallet%20Adoption%20(Study%20on%20ShopeePay%20Indonesia)&webSyncID=03e7ca42-a913-0778-04b3-6c738e013b97&sessionGUID=48c22daab9a7-3ce8-2957-38d6e6a05b3b). Proceeding Terindeks Scopus
- Kastori, R. (2023). Pengertian Keputusan Pembelian Menurut Ahli. Kompas.Com. <https://www.kompas.com/skola/read/2023/05/29/140000769/pengertian-keputusan-pembelian-menurut-ahli>
- Khairunnisa. (2023). Buku Ajar Metodologi Penelitian. In *Cv Science Techno Direct*.
- Komang dan Sintia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Hidden Garden Agro Cafe

Baturiti Tabanan Bali. Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata Universitas Hindu Indonesia.

Kompas.com. (2024). Selain ulasan negatif yang berasal dari pengalaman konsumen dalam menggunakan perangkat Xiaomi, baru-baru ini muncul pula pemberitaan mengenai kerentanan keamanan pada aplikasi bawaan Xiaomi. Berdasarkan laporan Kompas Tekno (2024), ditemukan bahwa setida.

Kompas.com.

Kompas.com (2024). *IDC: Pasar Ponsel Global Terus Tumbuh Berkat Gempuran Hp Mahal Dan AI*. Kompas.com.

<https://tekno.kompas.com/read/2024/07/17/09090007/idc-pasar-ponsel-global-terus-tumbuh-berkat-gempuran-hp-mahal-dan-ai>

Kotler, & K. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* (6th ed). Andi Offset.

Kotler & Keller. (2015). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Erlangga.

Kotler, P. and G. A. (2018). *Principle of Marketing*. In *Pearson Education, Inc* (Vol. 17).

Lely Maulida, R. K. N. (2022). *Target Jadi Nomor 1 di Indonesia, Realme Kini Terlempar dari 5 Besar*. Kompas.com.

<https://tekno.kompas.com/read/2022/08/18/19000027/target-jadi-nomor-1-di-indonesia-realme-kini-terlempar-dari-5-besar?page=all>

Liputan6. (2024). *Xiaomi Jadi Vendor Smartphone Nomor 1 di Indonesia Per Q2 2024 Versi Canalys*. Liputan6.

<https://www.liputan6.com/tekno/read/5666511/xiaomi-jadi-vendor-smartphone-nomor-1-di-indonesia-per-q2-2024-versi-canalys?page=4>

Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji. *Jurnal Economina*, 2(2), 476–490. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.326>

Meisya, P. A. (2025). Pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan Promosi terhadap keputusan pembelian melalui Citra merek dimcdonalds. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*.

Miui.id. (2024). *Xiaomi 14: Raja Smartphone 2024 dengan Kamera Leica yang Mengagumkan*. miui.id.

- Muhammad, A., & Salsadila, Y. A. (2023). Keputusan Pembelian Online: Peran Ecommerce dan Brand Awareness Dimediasi Dropshipping (Jufrizen (ed.)). Umsu Press.
<https://publication.umsu.ac.id/index.php/ht/article/view/4276/4091>
- Muhtarom, A., Syairozi, M. I., & Rismayati, R. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi.*, 28(2), 197–215.
<https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626>
- Nanda, R., & Tri, W. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik, Manajemen dan Bisnis Sriwijaya.
- Nazarudin, A., N.L.W.S. Telagawati, dan G. P. A. J. S. (2019). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 17–25.
- Ngatno. (2017). *Manajemen Pemasaran*. EF Press Digimedia. [https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/88/1/Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf](https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/88/1/Buku%20Manajemen%20Pemasaran%20BARU.pdf)
- Nilawati, & Nelzi, F. (2023). *Metodelogi Penelitian* (Syukriani Debby (Ed.)). Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh.
- Nurmono. (2022). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Burger King Di Botani Square Bogor. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, 2(2), 214–224. <https://www.topbrand-award.com>
- Priansa. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu. *Pustaka Setia*.
- Purnama, L., Suyani, T., & Hardipamungkas, N. E. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Online Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 45.
- Putra, R. (2021). *Kinerja Karyawan Melalui Organizational Citizenship Behavior (Ocb) Karyawan Sebagai Variabel Intervening Pada Perusahaan Pt . Sawah Solok*. 2(2), 989–1001.
- Rachmawati Siska Dwi. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*.
- Rava Fachrie, S. (2024). Pengaruh E-Wom dan Citra Merek Terhadap Keputusan

- Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening pada Smartphone Vivo. *e-Proceeding of Management*, 11, 4694.
- Rindy Rosandya. (2015). *Ketika Kehidupan Dalam Genggaman "Smartphone."* Harian Ekonomi Neraca. <https://www.neraca.co.id/article/61422/ketika-kehidupan-dalam-genggaman-smartphone>
- Riyanto, S., & Setyorini, W. (2024). *Metode Penelitian Kuantitatif dengan Pendekatan SmartPLS 4.0*.
- Royani Jacky, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Merek Apple. *Jurnal Lentera Bisnis*, 13.
- S Sofina, F. P. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Internet 4G Unlimited Indosat Ooredoo (Studi Pada Konsumen Kabupaten Sidoarjo). *Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1530–1536.
- Salimah Sa'adatus. (2023). Pengaruh Brand Ambassador Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Yang Dimediasi Citra Merek (Studi Kasus Produk Tos Tos Tortilla Chips). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Sany, E. (2020). Sistem Informasi Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran Pada Cv. Anugrah Sinar Abadi. *journal of Information Technology*, 4(1), 20–25.
- Sari, D. P. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran). *jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 524–533.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Savarini, M. P., & Oktafani, F. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk The Body Shop Di Indonesia. *eProceedings of Management*, 8(4).
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Research Methods for Business: A SkillBuilding Approach*, Seventh Edition. Chichester: John Wiley & Sons.
- Sitanggang, F., A. Sidebang, dan D. F. M. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepedah Motor Merek Swallow Pada PT. Industri Karet Deli Medan.No Title. *Jurnal Tijarah*, 1(19),

135–142.

- Soleman, A.-B., & Jones, T. V. (2021). Statistical Mediation Analysis Using the Sobel Test and Hayes Spss Process Macro. *International Journal of Quantitative and Qualitative Research Methods*, 9(1), 42–61.
- Sudarmanto, E., Kurniullah, A. Z., Revida, E., Ferinia, R., Butarbutar, M., Abdilah, L. A., Sudarso, A., Purba, B., Purba, S., Yuniwati, I., Hidayatulloh, A. N., HM, I., & Suyuthi, N. F. (2021). *Desain Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif. Yayasan Kita Menulis*.
- Sudarsono, H. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D. Alfabeta*.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta, CV.
- Supriyanto. (2021). Effect of Price and Promotion on Car Purchase Decisions at PT Encar Daihatsu Lubuklinggau. *International Journal of Community Service & Engagement*.
- Tjipotono & Diana. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Senayan City. *Jurnal Manajemen Universitas Satya Negara Indonesia, Vol 6 No 1*.
- Uluwiyah Nurul Anisatun. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (B. Kurniawan & S. Fatimah (ed.)). CV Multi Pustaka Utama.
- Wardhana Aditya. (2023). *Brand Management In The Digital Era – Edisi Indonesia* (P. . Mahir Pradana (ed.)). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. et al. (2021). *Manajemen Pemasaran. Media Sains Indonesia*.
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in The Digital Era – Edisi Indonesia* (P. . Mahir Pradana (ed.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A. (2024). *Social Media Marketing in The Digital Edge – Edisi Indonesia* (P. . Mahir Pradana (ed.); 1st ed.). Eureka Media Aksara.
- Wardhana, A., Syahputra, Kartawinata, Budi Rustandi. (2017, March). *Determinant Factors of Consumer Preference in Indonesia Airlines Industry*.

Jurnal Bisnis dan Manajemen, 18(1), 11-20.

DOI:<http://dx.doi.org/10.24198/jbm.v18i1.45>.

<https://journal.feb.unpad.ac.id/index.php/jbm/article/view/45>.

Wardhana, Aditya., Pradana, Mahir. (2023). *Service Quality and Brand Reputation as Antecedents of Brand Choice: The Case of Ride-Hailing Applications in Southeast Asia*. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 10(3), 387-400.
DOI:<https://doi.org/10.15549/jeecar.v10i3.1033>.<https://ieeca.org/journal/index.php/JEECAR/article/view/1033>. Jurnal Scopus Q3

Xiaomi.com. (2022). *Website Xiaomi Global, 'Vision and Mission of Xiaomi.'*
Xiaomi.com