

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, & Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Danang, S. (2015). *Strategi Pemasaran Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis Dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen*. Yogyakarta: PT Buku Seru.
- David B.M.S, & James D.D.M, dkk. (2017). Pengaruh Kelompok Acuan dan Brand Image Terhadap Minat Beli Smartphone. *EMBA*, Vol: 5, No: 3.
- Dessy I.D, & Zainul, A. (2018). Pengaruh Brand Ekstensi dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone Di Kota Malang. *Administrasi Bisnis*, Vol: 64, No: 1.
- Febryan, F. (2010). *The Power Of Selling*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: AGF Book.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi 3*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Square (PLS), Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Guen A.P, & Lopian. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mounth Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone Pada Mahasiswa FEB UNSRAT. *EMBA*, Vol: 6 , No: 3.
- Heru S, & Yoyok S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 Di Surabaya. *Ilmu Manajemen*, Vol: 2, No: 2.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Jose M, & Catarina C. (2018). How Smartphone Advertising Influences Constumer Purchase Intention. *Journal Of Bisnis Research*.
- Khoiruman, M. (2016). *Manajemen Pemasaran: Produk dan Pengembangan Produk*. Surakarta: STIE AUB.
- Kotler, P, & Amstrong, Gary. (2012). *Principles of Marketing, 14th ed*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

- Kotler, P, & Keller, K.L. (2016). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P, & Keller, KL. (2009). *Marketing Manajemen, Edisi 11*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler,P, & Keller, K. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*. Bandung: Alfabeta.
- Morissa. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Noor, J. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Retnowulan. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi. *Cakrawala*, Vol: 18, No: 2.
- Sangadji, E,M, & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Setiawaty. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series Mahasiswa Gunadarma. *Ekonomi Bisnis*, Vol: 22, No: 1.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Teori Prilaku Konsumen dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptonio, F. &. (2016). *Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Edisi ke 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F, & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi 2*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Tjiptono, F, & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik, Edisi 3*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Top Brand Award*. (2019, Januari 2). Retrieved from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2017_fase_1)

*Top Brand Award.* (2019, Januari 2). Retrieved from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top\\_brand\\_index\\_2018\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2018_fase_1)

*Top Brand Award.* (2019, Januari 2). Retrieved from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/surveyresult/top_brand_index_2017_fase_1)

