

DAFTAR PUSTAKA

- Azzizah. (2017). Pengaruh terhadap Iklan televisi dan Presepsi Merek terhadap Minat beli Blackberry di Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Equilibrium* Vol:5 , No:2.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hariyanto, F. L. (2015). ‘Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 5.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*. Yogyakarta: GRAHA ILMU.
- Kaushal, S. (2016). Factors affecting the purchase intension of smartphone: a study of young consumers in the city of Lucknow. *Pacific Business Review International*, Vol. 8 (12), 1-16.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lianto, S. &. (2014). Analisis Ewom ,Brand Image , Brand Turst Dam Minat Beli Produk Smartphone Di Surabaya. *Jurnal.Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No:2.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Mufarihah. (2013). ‘Dampak periklanan terhadap minat beli pada HP Samsung Galaxy di Surabaya’. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang. *Jurnal, Manajemen Pemasaran*.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: LaksBangPRESSindo.
- Prawira, B. Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. 3642-3658.

- Sangadji, E. M. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Sarjono, H. (2013). *SPSS vs LISREL*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setiawaty. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series. *Jurnal. Ekonomo Bisnis, Vol:22, No:1*.
- Setiyaningrum, A. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori Kuesioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tanzila, S. A. (2015). Buying behavior of smartphone among university student in Pakistan. *The International Journal of Business & Management, Vol. 3(1)*, 34-40.
- Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran Esensi & Aplikasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2017). *Pemasaran Strategis*. Yogyakarta: ANDI.
- Vallery, G. (2015). Pengaruh product fitur, brand name, product price, dan social influence terhadap purchase intention samsung smartphone di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa University, Vol. 4, No. 1*, 1-19.
- Wijayanti, T. (2017). *Marketing Plan Dalam Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia.