

DAFTAR PUSTAKA

- Anggi & Soesanto (2016). 'Analisis pengaruh daya tarik iklan dan selebriti endorser pada promo ada aqua terhadap minat beli AMDK merek Aqua dengan citra merek sebagai variabel intervening', *Journal Of Management*, Vol.5, No.3, hlm 1-14.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen pemasaran*. Jakarta:Rajawali.
- Azzizah. (2017). 'Pengaruh terhadap iklan televisi dan persepsi merek terhadap minat beli blackberry di Universitas Islam Lamongan. *Jurnal Equilibrium* Vol.5, No.2.
- Danang Sunyoto, SH., SE., MM. (2013). *Teori Kuesioner & Analisis Data*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Febryan. F.(2010). *The power of selling*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: CV Indoprint.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan., & Diah, S.E., M.Si. (2014). 'Analisis pengaruh iklan televisi dan endorser terhadap *purchase intention pond's* men dengan *brand awareness* sebagai variabel intervening', *Jurnal Mnajemen Pemasaran Petra*, Vol.2, No.1, hlm 1-14.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar periklanan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Mangkunegara. (2012). *Perilaku konsumen*. Bandung : PT Retika Aditama.
- Morissan. (2010). *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*. Jakarta: Kencana.
- Mufarihah dkk. (2013) 'Dampak periklanan terhadap minat beli pada HP *Samsung Galaxy* di Surabaya'. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Semarang. *Jurnal, Manajemen Pemasaran*.

- Prayogo. (2014). 'Pengaruh citra merek, kualitas yang dirasa, dan nilai yang dirasa terhadap minat beli blackberry di Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Sanusi. A (2011). *Metodologi penelitian bisnis*. Jakarta: Salemba Empat
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Semuel & Lianto, S. (2014). 'Analisis ewom, brand image, brand trust dan minat beli produk smartphone di Surabaya'. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No.2
- Setiawaty. (2017). 'Pengaruh iklan, citra merek, dan kepercayaan merek terhadap minat beli konsumen smartphone samsung galaxy series'. *Mahasiswa Gunadarma, Jurnal. EkonoMo Bisnis*, Vol. 22, No.1.
- Shinta. (2014). 'Pengaruh brand knowledge, persepsi kualitas dan innovativeness terhadap minat beli di Purworejo'.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suki. (2013). 'Student demand for smartphones.structual relationships of product features, brand name, product price and social influence. labuan school of international business & finance and universitas malaysia, labuan international campus, *Journal. Wide Information Systems*, Vol.30, No.4.
- Sumarwan, U. (2013). *Riset pemasaran dan konsumen pemasaran*. Bogor: IPB Press.
- Sumarwan. U (2015). *Pemasaran strategik*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto. D (2015). *Strategi pemasaran konsep memenangkan persaingan bisnis dan menakar keberhasilan strategi menarik konsumen*. Yogyakarta: PT. Buku Seru.