

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2012). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode penelitian manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (PLS) dilengkapi software smartpls 3.0 xlstat 2014 dan warppls*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23, edisi.8.*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumilar, G. Y. (2017). 'Pengaruh persepsi kualitas dan harga terhadap niat beli smartphone evercross one x android one (studi pada pengunjung WTC Surabaya)'. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 5, No. 1, hlm. 1-6.
- Hariyanto, F.L. (2015). 'Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga dan promosi terhadap niat beli konsumen'. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 4, No. 5, Mei 2015, hlm. 1-16.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service.
- Hermawan, A. (2012). *Komunikasi pemasaran*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kaushal, & Kumar, R. (2016). 'Factors affecting the purchase intension of smartphone: a study of young consumers in the city of lucknow'. *Pacific Business Review International*, Vol. 8, Issue. 12, June 2016, page. 1-16.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Kominfo. (2015). Indonesia raksasa teknologi digital asia. Diakses 1 Februari 2017, dari https://www.Kominfo.Go.Id/Content/Detail/6095/Indonesia-Raksasa-Teknologi-Digital-Asia/0/Sorotan_Media.
- Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Management marketing, edition 14*. United States Amerika : Pearson Edication.
- Kurniawan, Wishnu.A.,&Yuliana,E. (2015) 'Pengaruh product feature, brand name, product price, dan social influence terhadap purchase intention smartphone samsung di kota bandung pada tahun 2015'.*E-Proceeding Of Management*, Vol. 3, No. 1, April 2016, hlm. 2-7.

- Mangkunegara, A. (2012). *Perilaku konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Noor, J. (2015). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*. Jakarta: Penerbit PT Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen pemasar modern*. Yogyakarta: Laksbang Pressindo.
- Rahim, A., Safin, S. Z., Kheng, L. K., Abas, N., & Ali, S. M. (2016). 'Factors influencing purchasing intention of smartphone among university students'. *Procedia Economics And Finance* 37, page. 245-253.
- Rangkuti, F. (2002). *The power of brands*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, M., & Sopiah. (2012). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS Vs LISREL: Sebuah pengantar, aplikasi untuk riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, S. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian dilengkapi perhitungan dan aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Statista. (2014). *Vendors' market share of smartphone shipments in indonesia From 2014 To 2016*. Diakses 1 Februari 2017, dari <https://www.Statista.Com/Statistics/516302/Indonesia-Smartphone-Shipments-Vendor-Market-Share/>.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Suki, N. M. (2013). 'Students' demand for smartphones structural relationships of product features, brand name, product price and social influence'. *Campus-Wide Information Systems*, Vol. 30, Issue. 4, Page. 236-248.
- Sumarwan, U. (2012). *Perilaku konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran strategik: prespektif perilaku konsumen dan marketing pla*. Bogor: IPB Press.
- Tanzila, Sohail, A. A., & Tanveer, N. (2015). 'Buying behavior of smartphone among university students in pakistan'. *The Internasional Journal Of Business & Management*, Vol. 3, Issue. 1, page. 34-40.
- Techinasia. (2014). *Monthly active smartphone users in Indonesia*. Diakses 1 Februari 2017, dari <https://Id.Techinasia.Com/Jumlah-Pengguna-Smartphone-Di-Indonesia-2018>.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*. Yogyakarta: Andi Offset.

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta, (2017). *Pedoman penulisan tugas akhir skripsi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis "Veteran" Jakarta*. Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pemberdayaan Masyarakat.

Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi teknik multivariate untuk riset pemasaran, edisi.1*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.

Vallery , G. (2015). 'Pengaruh produc fitur, brand name, product price, dan social influnce terhadap purchase intention samsung smartphone di Surabaya'. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Vol. 4, No. 1, hlm. 1-19.

