

DAFTAR PUSTAKA

- Armstrong, dan Kotler 2003, Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta
- Christera Kuswahyu Indira, Lies Handrijaningsih, Maria Y. Aryati Wahyuningrum UG Jurnal Vol. 7 No. 04 Tahun 2013.
- Gaspersz, Vincent. Manajemen Bisnis Total dalam Era Globalisasi. Jakarta : Penerbit PT.Gramedia, 1997.
- Gibson, Ivancevich dan Donnelly. 2008. Organisasi : Perilaku, Struktur, Proses. Terjemahan Djarkasih. Penerbit Erlangga:Jakarta.
- Hamka, Fadly. *Thesis Project. Smartphone's Customer Segmentation and Targeting: Defining market segment for different type of mobile service providers. Faculty of Technology, Policy and Management, Delft University of Technology. February 2012*
- Herman, Robertus Tang. Penerapan model multidimensional scaling dalam pemetaan *Brand Positioning internet service provider*. Journal The WINNERS, Vol. 11 No. 1, Maret 2010: 81-93
- <http://id.wikipedia.org/wiki/iPhone>, sejarah iPhone. diakses pada tanggal 2 April 2016
- <http://blog.lazada.co.id/10-smartphone-terlaris-dunia-di-2014/> diakses pada tanggal 2 April 2016.
- <http://tekno.kompas.com/read/2013/08/03/1036345/10.Smartphone.Paling.Memuaskan.Apple.atau.Samsung.Teratas>. diakses pada tanggal 2 April 2016.
- <http://tekno.kompas.com/read/2015/06/29/1617006/6.Smartphone.Diuji.Beneran.Juaranya>. diakses pada tanggal 3 April 20
- <http://tekno.liputan6.com/read/2209376/8-smartphone-terbaik-2015-versi-selular-award> diakses pada tanggal 25 Maret 2016.
- <http://www.dw.com/id/apple-peringkat-satu-merek-paling-terkenal/a-17126015> diakses pada tanggal 25 Maret 2016.
- <http://www.informasi-pendidikan.com/2015/12/pengertian-harga-dan-tujuannya-menurut.html> diakses pada tanggal 25 Maret 2016.
- <http://www.kajianpustaka.com/2012/10/teori-pengertian-proses-faktor-persepsi.html> diakses pada tanggal 25 Maret 2016.

<http://www.tonfeb.com/2015/02/kelebihan-iphone-dibandingkan-android.html>
diakses pada tanggal 2 April 2016..

J.P. sjamsuedin. D.P.E. Saerang. Analyzing Customer Perception On Product Attributes of Smartphone (Oppo, Xiaomi, Zenfone) in manad Jurnal EMBA, Vol. 2 No. 4 Desember 2014, hal 798-807. ISSN 2303 – 1174.

Kotler, P., & Keller, K. (2012). *Marketing Management*, Edisi 14 New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, P., & Amstrong G. (2013) *Principles Of Marketing*. New Jersey : Pearson Education, Inc.

Kotler, Phillip. 2007. Manajemen Pemasaran Jilid I (edisi ke-12). Jakarta: PT Indeks.

Kotler, Phillip. Marketing Management Analysis, Planning, Implementation & Control. Prentice Hall Int, 1995.

Murti, Finda Mei dan Suharti. Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa. Jurnal Manajemen Vol. 5 No. 1 Juni 2015 ISSN 2088-7698.

Ratnawati, Alifah dan Kholis. Noor. Conference in Business, Accounting, dan Manajemen (CBAM). ISSN 2302 – 9791. Vol. 2 No. 1 May 2015.

Siregar, I. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group

Sugiyono, (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Shofianah, Ely, Fauzi, Ahmad & Sunarti, Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian. (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Produk Plastik Tupperware) Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)| Vol. 9 No. 1 April 2014| administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id.

Simamora, Bilson. 2003. Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Stanton, William J. 1993. Prinsip Pemasaran. Edisi Ketujuh. Alih Bahasa. Jakarta : Penerbit Erlangga.