

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi, Edisi 10*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Echdar, S. (2017), *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis. Panduan Komprehensif Langkah Demi Langkah Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertai*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen Edisi 3*, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen Edisi 5*, Semarang: CV. Indoprint.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling Metode Alternatif dengan Partial Least Squares (PLS) Edisi 4*, Semarang: 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, hlm. 1-16.
- Hasan, A. (2013), *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*, Jakarta: PT. Buku Seru.
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-Dasar Periklanan*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif dalam Periklanan Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Kotler, P & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*, Jakarta: Erlangga.
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lau et.al. (2016). 'Examining the Factors Influencing Purchase Intention of Smartphones in Hong Kong'. *Contemporary Management Research*. Pages 213-224, Vol. 12, No. 2, June 2016.

- Liputan6. (2018). 10 *Smartphone* Terlaris di Dunia pada 2017. Diakses pada 27 maret 2018, dari <http://www.liputan6.com/teknoread/3087296/10-smartphone-terlaris-di-dunia-pada-2017>.
- Lovelock, C, Wirtz, J & Mussry, J. (2010). *Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia Jilid 1 Edisi 7*, Jakarta: Erlangga.
- M.A, Morissan. (2010). *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Malau, H. (2017), *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Bandung: Alfabeta.
- Mangkunegara, A.P. (2012). *Perilaku Konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Manorek, S.L. (2016), 'The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone)'. *Jurnal Berkala Ilmiah*, Volume 16, page. 661-670.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: LaksBang PRESSindo.
- Prawira, B. (n.d.). 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung di Kota Denpasar'. 3642-3658.
- Prayogo. (2014). 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas yang dirasa, dan nilai yang dirasa terhadap minat beli Blackberry di Surabaya. *Jurnal, Manajemen Pemasaran*.
- Retnowulan, J. (2017), 'Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli *Smartphone* Xiaomi', *Jurnal Cakrawala*, Volume XVII, hlm. 139-145.
- Sangadji, E.M & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*, Yogyakarta: Andi.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, H & Julianita, W. (2015). *Structural Equation Modeling (SEM): Sebuah pengantar, aplikasi untuk penelitian bisnis*, Jakarta: Salemba Empat.

- Semuel & Suryanata Lianto. (2014). 'Analisis *Ewom*, *Brand Image*, *Brand Turst* Dam Minat Beli Produk *Smartphone* di Surabaya'. *Jurnal.Manajemen Pemasaran*, Vol.8, No.2, hlm. 47-54.
- Setiawaty, N.A. (2017), 'Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa a/i Universitas Gunadarma, Depok)', *Jurnal Ekonomi Bisnis*, Volume 22, hlm. 47-56.
- Setyaningrum, A, Udaya, J & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pengenalan Plus Tren Terkini tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneurial Marketing dan E-marketing*, Yogyakarta: ANDI.
- Simamora, B. (2008). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*, Bandung: CV. Alfabeta.
- Suki, N.M. (2013). 'Structual relationships of product features, brand name, product price and social influence'. *Students' demand for smartphones*, Vol.3, No.4, page.236-248.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*, Bogor: PT. IPB Press.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, Kuesioner & Analisis Data: Untuk Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Supranto, J & Limakrisna, N. (2008). *Perilaku konsumen dan Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*, Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Techinasia. (2018). *Monthly Active Smartphone Users in Indonesia*. Diakses 19 Maret 2018, dari <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & Strategi Merek*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik, Edisi 2*, Yogyakarta: ANDI.
- Top Brand Award. (2015). Diakses 28 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1.
- Top Brand Award. (2016). Diakses 28 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1.
- Top Brand Award. (2017). Diakses 28 Februari 2018, dari http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1.

Vallery, G. (2015), 'Pengaruh Product Fitur, Brand Name, Product Price, dan Social Influence terhadap Purchase Intention Samsung Smartphone di Surabaya', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, Volume 4, hlm. 1-19.

