

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah & Tantri (2012) *Manajemen pemasaran*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- E.D. Arista & S.R. Tri Astuti (2011) *Analisi Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek & Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen*, Vol. 13 No. 1
- Febryan F. (2010) *The power of selling*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ferdinand A. (2011) *Metode penelitian manajemen edisi 3*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Franky Lauda Hariyanto (2015) *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Niat Beli Konsumen*, Vol. 4 No. 5.
- Ghozali, I (2014) *Structural Equation Modeling*, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I (2016). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 23*, Edisi 8, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Glendy Vallery (2015) *Pengaruh Fitur, Brand Name, Product Price dan Social Influence terhadap Purchase Intention Samsung Smartphone di Surabaya*, Vol. 4 No. 1.
- Hasan, A. (2013.) *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Jakarta: PT. Buku Seru.  
<http://www.gudangalamat.com/2013/01/pt-acer-indonesia.html>  
[https://id.wikipedia.org/wiki/Acer\\_Inc](https://id.wikipedia.org/wiki/Acer_Inc) 10:28
- Kotler & Keller (2009) *Manajemen Pemasaran*.
- Laksana F. (2008) *Manajemen pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Malau (2017). *Manajemen pemasaran*, Bandung: Alfabeta.
- Mangkunegara, P. (2012). *Perilaku konsumen*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Morissan (2010). *Periklanan*, Jakarta: Kencana.
- Suroso dan Iriani (2014),
- Noor J. (2014). *Analisi data & penelitian*, Jakarta: PT. Grasindo.

- Norazah Mohd Suki (2013,) *Students demand for Smartphones Structural Relationship of product features, brand name, product price and social influence*, Vol. 30 No. 4.
- Oentoro (2016). *Manajemen Pemasaran Modern*
- Peter & Olson (2014) *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*.
- Sangdji & Sopiah (2013,) *Perilaku konsumen*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sarjono & Julianita (2011) *SPSS vs LISREL*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono & Julianita (2015) *Structural Equation Modeling (SEM)*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sugioyono (2016). *Metode penelitian*, Bandung: Alfabeta.
- Suryani T. (2008) *Perilaku konsumen implikasi pada strategi pemasaran*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suroso dan Iriani (2014). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Mie Sedap Cup*.
- Sutria Langling Manorek (2016) *The Influence of Brand Image, Advertising, Perceived Price Toward Consumer Purchase Intention (Case Study: Samsung Smartphone)*, Vol. 16 No. 01.
- Tanzila dkk (2015) *Buying Behaviour of Smartphone among University Students in Pakistan, Vol. 3 Issues 1*
- Tjiptono F. (2008) *Strategi pemasaran Edisi 3*, Yogyakarta: CV. Andi Offset.  
[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)