

DAFTAR PUSTAKA

- Agus, H. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. (A. Maulana, Ed.) Jakarta: Erlangga.
- Anwar, I., & Satro, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Vol 4, 1-15.
- Buchori, A. (2004). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV ALFABETA.
- Evelina, N., DW, H., & Listyorini, S. (2012). 'Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana TELKOMFLEXI (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus)'. *Jurusan Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro* , hlm 1-11.
- Imam, G. (2013). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: UNDIP.
- Kharisma, S., Arifin, Z., & Wilopo. (2017). 'Pengaruh International Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pemilik Smartphone Lenovo di Kawasan Asia Tenggara)'. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* , Vol 50, hlm 1-7.
- Kotler, P., & Keller. (2012). *Marketing Management* (14e ed.). Edinburgh: Pearson.
- Kotler, P., & Keller. (2016). *Marketing Management* (15e ed.). Edinburgh: Pearson Education.
- Kuspriyono, T. (2016). 'Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (studi pada mahasiswa/i Universitas Gunadarma)'. *Jurnal Komunikasi* , Vol 7, hlm 1-7.
- Laporan Pengguna Smartphone di Indonesia 2018*. (t.thn.). Dipetik February 10, 2018, dari <http://www.id.techinasia.com>
- Laporan Penjualan Smartphone Global Periode 2015-2017*. (t.thn.). Dipetik February 10, 2018, dari Mobile Phone Traker: <http://www.idc.com>
- Lotulung, S. C., Lopian, J., & Moniharapon, S. (2015). 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Wom (Word Of Mouth) Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Evercross Pada Cv.Tristar Jaya Globalindo Manado. *Jurnal EMBA* , Vol 3, hlm 1-10.

- Morissan. (2014). *Periklanan: Komunikasi Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Handphone SAMSUNG di Yogyakarta. *JBMA* , Volume IV, hlm 1-10.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*. Jember: LaksBang PRESSindo.
- Sangadji, M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, F. P. (2016). 'Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen'. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , vol 5, hlm 1-15.
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS VS LISREL : Sebuah pengantar, Aplikasi Untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam pemasaran* (2 ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2014). *Konsep dasar riset pemasaran & Perilaku konsumen*. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Supriyadi, Fristin, Y., & K.N, G. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis dan Manajemen* , Vol 3, hlm 1-10.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran : Edisi 4*. Yogyakarta: ANDI.
- Wijaya, S. C. (2017). Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* SAMSUNG. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 6, hlm. 1-20.
- Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (studi kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal of Economic Education* , Vol 2, hlm 1-9.