

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Jogiyanto, H. (2015). *Partial Least Square (PLS), Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) Dalam Penelitian Bisnis*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Abdullah, T., & Tantri, F. (2013). *Manajemen Pemasaran, Edisi 1, Cetakan II*, Jakarta: Rajawali.
- Asus. (2014). Sejarah Perusahaan Asus. Diakses 16 April 2018, dari [https://www.asus.com/id/About\\_ASUS/formula\\_kemenangan/](https://www.asus.com/id/About_ASUS/formula_kemenangan/).
- Chawla, AS., & Sethi, I. (2014). *Influence Of Culture, Social And Marketing Factors On The Buying Behavior Of Telcom Users: A Comperative Study Of Rural, Semi-Urban And Areas In And Around Chandigarh*. *Journal Of Marketing Management*, Vol. 2 No.1. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.jmm-net.com>
- eMarketer. (2014). Pengguna *Smartphone* Tahun 2013-2018. Diakses 15 Januari 2018, dari <https://www.emarketer.com/Article/2-Billion-Consumers-Worldwide-Smartphones-by-2016/1011694>.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manajemen, Edisi V*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2014). *Struktur Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS), Cetakan IV*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 Update PLS Regresi, Cetakan VII*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, E. (2016). *Faktir Budaya, Sosial, Pribadi Dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Budi Luhur)*. *Jurnal Ekonomika Dan Manajemen*, Vol. 5 No.2. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.fe.budiluhur.ac.id>
- Ifeanyichukwu, C.D., Ayodele., & Adetola, A. (2016). *Factors Influencing Smartphone Purchase Behavior Among Young Adults In Nigeria*. *Internasional Journal Of Recent Scientific Research*, Vol. 7 No.9. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.recentscientific.com>
- Jaiz, M. (2014). *Dasar-dasar Periklanan, Cetakan I*, Yogyakarta: Graha Ilmu.

- Kertamukti, R. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep Pesan, Branding, Anggaran, Edisi 1, Cetakan I*, Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran: Edisi Ketiga Belas, Jilid II*, (Bob Sabran, Penerjemah), Erlangga
- Laksana, F. (2008). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis, Edisi I*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lenovo. (2016). Sejarah Perusahaan Lenovo. Diakses 16 April 2018, dari <https://www.smartphones10.com/2016/05/sejarah-perkembangan-smartphone-lenovo.html>.
- Lupioyadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa: Cetakan IV*, Jakarta: Salemba Empat.
- Maleke, C.F. (2013). *Faktor Sosial, Pribadi Dan Psikologis Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Gemini Pada PT. Megamitra Makmur Sejahtera. Jurnal EMBA*, Vol. 1 No.3. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.ejournal.unsrat.ac.id>
- Morrison. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu: Edisi Pertama, Cetakan ke-1*, Jakarta: Prenada Media Group.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen, Cetakan ke-1*, Jakarta: PT Grasindo.
- Oppo. (2013). Sejarah Oppo Smartphone. Diakses 16 April 2018, dari <https://oppo-smartphonecp.wordpress.com/sejarah/>
- Permadi, A.S., & Wahyu, A. (2016). *Analisis Positioning Phablet Berdasarkan Persepsi Konsumen Di Indonesia (Studi Kasus Pada Phablet Merek Apple, Samsung, Asus Zenfone, Xiami, Lenovo dan LG). Jurnal E-Proceeding of Management*, Vol. 3 No.2. Diakses 6 Februari 2018, dari <http://www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id>
- Sari, A.I. (2013). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Ponsel Blackberry Pada Mahasiswa STIE Harapan Medan. Jurnal E-Maksi Harapan*, Vol. 1 No.1. Diakses 16 Januari 2018, dari <http://www.sia.stie.harapan.ac.id>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi Untuk Riset*, Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2008). *Perilaku Konsumen, Cetakan IV*, (Zoelkifli Kasip, Penerjemah), Jakarta: PT Indeks.

- Serena, M., Rachmawati, I., & Prabowo. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol. 4 No.12. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.ejournal.stiesia.ac.id>
- Setiyaningrum, A., Udaya, Y. & Efendi. (2015). *Prinsip-prinsip Pemasaran: Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneurial Marketing, E-Marketing: Edisi 1*, Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Siregar, Z. (2013). *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphine Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Medan)*. *Jurnal PLANS*, Vol. 8 No.2. Diakses 15 Januari 2018, dari <http://www.digilib.unimed.ac.id>
- Sjamsuudin, J.P., & Saerang, D.P.E. (2014). *Analyzing Customer Perception On Product Attributes Of Smartphone (Oppo, Xiaomi, Zenfone) In Manado*. *Jurnal EMBA*, Vol. 2 No.4. Diakses 6 Februari 2018, dari <http://www.ejournal.unsrat.ac.id>
- Smartfren. (2011). Sejarah Perusahaan Smartfren. Diakses 16 April 2018, dari <https://www.smartfren.com/id/overview/>
- Statista. (2018). *Vendors' market share of smartphone shipments in Indonesia from 2014 to 2017*. Retrieved January 15, 2018, from <https://www.statista.com/statistics/516302/indonesia-smartphone-shipments-vendor-market-share/>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen: Cetakan Ke-3*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran, Edisi Kedua*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, D. (2016). *Strategi Pemasaran: Konsep Memenangkan Persaingan Bisnis Dan Menakar Keberhasilan Strategi Menarik Konsumen*, Yogyakarta: CAPS.
- Supranto, J. (2006). *Analisis Multivariat: Arti & Interpretasi, Cetakan Pertama*, Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi 3*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan Dan Penelitian, Edisi 1*, Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran Strategik: Edisi 2*, Yogyakarta: CV Andi Offset.

- Top Brand. (2014). *Top Brand Index*. Retrieved January 15, 2018, from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2014](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2014)
- Top Brand. (2015). *Top Brand Index*. Retrieved January 15, 2018, from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2015\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2015_fase_1)
- Top Brand. (2016). *Top Brand Index*. Retrieved January 15, 2018, from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2016\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2016_fase_1)
- Top Brand. (2017). *Top Brand Index*. Retrieved January 15, 2018, from [http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top\\_brand\\_index\\_2017\\_fase\\_1](http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1)
- Usman, H., & Sobari, N. (2013). *Aplikasi Teknik Multivariate: Untuk Riset Pemasaran: Edisi 1*, Jakarta: Rajawali Press.
- Yamin, S., & Kurniawan, H. (2009). *SPSS COMPLETE: Teknik Analisis Statistik Terlengkap Dengan Software SPSS*, Jakarta: Salemba Infotek.
- Yuliati, A.L., & Lahhara, D.R. (2015). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Operator Seluler IM3 Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Telkom Angkatan 2011-2014*. *Jurnal E-Proceeding of Management*, Vol. 2 No.3. Diakses 16 Januari 2018, dari <http://www.openlibrary.telkomuniversity.ac.id>.