

DAFTAR PUSTAKA

- Arista, A. (2011). 'Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen', Maret 2011, hal. 37-45, Vol. 13 No. 1, ISSN 1693-928X.
- CIMB dalam bareksa. (2017). Pengguna *smartphone* di indonesia. Diakses 22 Februari 2017, dari: <http://www.bareksa.com/id/text/2016/01/21/industri-telekomunikasi-seluler-di-indonesia-dirampingkan-apakah-masihcerah/12531/analysis>.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek & psikologi konsumen implikasi pada strategi pemasaran*, yogyakarta: graha ilmu
- Ghozali, I. & Latan, H. (2015). *Partial least squares edisi 2*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2014). *Structural equation modeling metode alternatif dengan partial least square (PLS)*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi analisis multivariate*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hananto, K. (2015). 'Pengaruh *brand image* dan *country of origin image* terhadap minat pembelian *handphone*', Vol. 2. No. 2. Agustus . 13-22 ISSN : 2355-5483.
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari mulut ke mulut word of marketing*, Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan kasus-kasus pilihan*, Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Kertamukti, R. (2015). *Strategi kreatif dalam periklanan*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2012). *Marketing management* (14th ed.). (E. Svendsen, Ed.) Edinburgh: Pearson Education Limited.

- Majid, N. (2014). 'Analisis pengaruh *electronic word of mouth* terhadap *brand image* dan dampaknya pada minat beli *smartphone* samsung di kota malang', Vol. 2, No. 2.
- Mortazavi, *et al.* (2014). 'Influencing *VSN users*' purchase intentions the roles of *flow, trust and ewom*', *Journal of Research in Interactive Marketing*, Vol. 8, No. 2.
- Noor, J. (2014). *Analisis data penelitian ekonomi & manajemen*, Jakarta: PT Gramedia.
- Permata, N., & Widowati, R. (2014). 'Hubungan antara kesadaran merek, kualitas persepsian, kepercayaan merek dan minat beli', *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, Vol.5 No.1 Maret.
- Sangadji & Sopiah. (2013). *Perilaku konsumen pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Sarjono, H. & Julianita, W. (2011). *SPSS vs LISREL*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Semuel, H. & Adi, S. (2014). Analisis *eWOM brand image brand trust* dan minat beli produk *smartphone* di Surabaya, *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 8, No. 2. ISSN 1907-235X.
- Shimp, A. (2014). *Komunikasi pemasaran terpadu dalam periklanan dan promosi*, Jakarta: Salemba Empat.
- Siregar, I. (2012). *Statistika deskriptif untuk penelitian*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sofjan, A. (2014). *Manajemen pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku konsumen dalam perspektif pemasaran*, Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Teori, kuesioner & analisis data untuk pemasaran dan perilaku konsumen*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2011). *Manajemen & strategi merek*, Yogyakarta: Andi Offset.

Top Brand Award. (2016). Data Top Brand Award *Smartphone* di Indonesia. Diakses 22 Februari 2017, dari: <https://id.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top-brand-index>.

Torlak, *et al.* (2014). '*The effect of electronic word of mouth on brand image and purchase intention: An Application Concerning Cell Phone Brands for Youth Consumers in Turkey*', *Journal of Marketing Development and Competitiveness* vol. 8.

Trendforce. (2015). Data Penjualan *Smartphone* Global. Diakses 22 Februari 2017, dari: <https://www.google.com/search?q=data+penjualan+smartphone+global+2016>.

W&S Group.(2016). Data *Persentase* Penggunaan Media Informasi. Diakses 22 Februari 2017, dari: <https://id.techinasia.com/survei-website-ecommerce-populer-indonesia>.

