

DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, dkk. (2016). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli Oppo *Smartphone* di Counter *Handphone* Matos). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Volume 36 No. 1*, 178-185.
- Ghozali. I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair Jr, Joseph F., Black, William C., Babin, Barry J., & Anderson, Rolph E. (2014). *Multivariate Data Analysis. 7th Edition*. Pearson Education Limited. United States of America
- Kotler, Philip & Amstrong, Gery. (2010). *Principles of Marketing* (13rd ed.). United States of America: Pearso Education.
- Kotler, Philip & Amstrong, Gery. (2012). *Principles of Marketing* (Vol. 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lene Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lene Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Lima Vendor *Smartphone* Teratas (sepanjang kuartal pertama tahun 2016 dan tahun 2017). <https://id.techinasia.com>, Diakses tanggal 10 Januari 2018 pk. 19.00 WIB.
- Listiana, Erna, (2012). Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap *Perceived Quality* dengan Moderasi Etnosentris Konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 8 No. 1 hal. 21-47*.
- Mahera, dkk. (2014). Pengaruh *International Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna iPhone di Lingkungan Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 8 No. 1*, 1-8.
- Marwanto, A. (2015). *Markeing Sukses*. Yogyakarta: KOBIS.
- Maulidiyah dan Lukiana. (2017). Pengaruh *Word of Mouth, Brand Image* dan *Contry of Origin* Terhadap Keputusan pembelian *Smartphone* Android Merek Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen Adventage, Vol. 01, No. 1*. 26-39.

- Moly. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus Toko Mars Cell, Balikpapan). *eJurnal Psikologi, Volume 2, Nomor 2*, 258-268.
- Pengguna Ponsel di Indonesia Mencapai 142% dari Populasi. Dipetik 30 Mei 2018, dari Kata Data: <https://databoks.katadata.co.id>.
- Prasetijo, R., & Ihalauw, J.J. (2016). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: ANDI.
- Putra, dkk (2016). Pengaruh *Country of Origin* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Konsumen Xiaomi di Indonesia, Malaysia, Singapura dan Filipina). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 40 No. 2*, 192-200.
- Rahmawati, A. dkk. (2015). *Statistika Teori dan Praktek*. Yogyakarta: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ratnasari, D. M., Seno, D. H., & Listyorini, S. (2014). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, Hal 1-6.
- Sangadji, E. M., & Sopiiah. (2013). *Perilaku konsumen-Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: ANDI.
- Schiffman, G. L., & Kanuk, L. L. (2010). *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Sekaran, Uma (2014). *Research Methods For Business*. Metodologi Penelitian untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitati dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tati, dkk. (2015). Pengaruh *Country Of Origin* Dan *Global Brand Image* Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 25*, 1-10.
- Tengor, dkk. (2016). Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE EBEN Heazar Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 16 No. 04*, 367-375.
- Tentang Oppo Indonesia. Dipetik 15 Maret 2017, dari Oppo Indonesia: <http://www.oppo.com/id/about-us>.

- Tulipa, D., & Muljani, N. (2015). *The Country of Origin and Brand Image Effect on Purchase Intention of Smartphone in Surabaya-Indonesia*. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 6 (5), 64-70.
- Widiyanto, M. A. (2013). *Statistika Terapan Konsep & Aplikasi SPSS/LISREL dalam Penelitian Pendidikan, Psikologi & Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Gramedia
- Widiyantoro, H., & Sumantri, A.,(2017) Pengaruh Inovasi Produk, Kualitas Produk, dan *Corporate Social responsibility* Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi Di UN PGRI KEDIRI. *Seminar Nasional Manajemen Ekonomi Akuntansi (SENMEA)*. UNPGRI Kediri. Hal.8-14.

