

DAFTAR PUSTAKA

- Asmarajati, T. (2018). *Pengaruh kualitas persepsian, Citra Merek, persepsi harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada produk smartphone OPPO*. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Faryabi M, dkk. (2014). *Brand Name, Sales Promotion and Consumers' Online Purchase Intention for Cell-phone Brands*. Faculty of Economics Management and Business, University of Tabriz.
- Ferdinand, Augusty. (2006). *Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam, 2011, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS 19*, Edisi ke lima, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Heizer, Jay dan Barry Render. 2012. *Manajemen Operasi*. Dialih bahasakan oleh Chriswan.
- Hartono J., 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis Salah Kaprah dan Pengalaman Pengalaman*, Edisi ke 6, BPFE, Yogyakarta.
- <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Samsung> diakses pada tanggal 19 Juni 2019, pada pukul 17:40 wib.
- Jahanshani, Asghar Afshar, Gashti, M.A.J., dan Mirdamadi, Seyyed Abbas. (2011). *Study the Effects of Customer Service and Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty*. International Journal of Humanities and Social Science.
- Kartajaya, Hermawan, 2010. *Brand Operation, The Official MIM (Markplus Institute of Marketing) Academy coursebook*, Penerbit : esensi
- Khasanah, I. (2017). *Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Henky Glass & Craft Di Semarang*. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 11(2), 165-177.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 2. Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , Philip, 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium*, Prenhallindo, Jakarta.

- Lee, Hsiang-Ming, Ching-Chi Lee, dan Chou-Chen Wu. (2011). "Brand image strategy affects brand equity after M&A", *European Journal of Marketing*, Vol. 45 No. 7/8, pp. 1091-1111.
- Mahera, Z. A. (2014). Pengaruh International Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Pengguna Iphone Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1).
- Nelwan, J. (2016). The Influence of Brand Image, Perceived Quality and Coutry of Origin Toward Consumer Purchase Decision of Smartphone Product in Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(3).
- Papafotikas, Lason, Chatzoudes, Dimitrios, dan Kamenidou, Irene. (2014). *Purchase Descision of Greek Consumers : An Emperical Study*. *Procedia Economics and Finance*, Volume 9, 2014, Pages 456-465.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Buku 2. Edisi 9. Jakarta : Salemba Empat.
- Plummer, J., T. 2000. *How Personality Makes a Difference*. *Journal Advertising Research*, Vol.40. No.6.
- Prawira, B., & Yasa, N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *Jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana (Unud)*, 3642-3658.
- Purnamasari, D., & Yulianto, E. (2018). *Analisis Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo dengan Brand Image dan Brand Trust Sebagai Variabel Moderator*. (Survei pada konsumen Oppo Shop Center Sidoarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 54(1), 92-100.
- Reven. D , & Ferdinand. A. (2017). *Analisis pengaruh desain produk, kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek terhadap keputusan pembelian Konsumen Pada Produk UMKM di Yogyakarta*. Akademi Manajemen YKP Yogyakarta
- Rimiyati dan Widodo. Pengaruh citra merek, kualitas produk, kepuasan konsumen terhadap loyalitas konsumen merek Samsung Galaxy Series (Studi pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis*, 2014, 5.2: 223-234.

- Ruslim, A. C., & Tumewu, F. J. (2015). The Influence of Advertisement, Perceived Price, and Brand Image on Consumer Buying Decision to Asus Mobile Phone. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Sari, H. P. (2016). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Smartphone Xiaomi Di DIY). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(3), 222-237.
- Sekaran Uma., 2006, *Research Of Methods For Business*, Jilid 4, Salemba Empat, Jakarta.
- Setiawan H, Et Al. Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Gemini (Studi Pada Mahasiswa Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Pandanaran Semarang). *Journal Of Management*, 2015, 1.1.
- Simamora, H., 2000, *Manajemen Pemasaran Internasional*, Jilid 2, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Surachman, 2008, *Dasar-Dasar Manajemn Merek*. Malang : Bayumedia Publishing
- Sugiyono, 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Penerbit CV. Alfabet
- Sugiyono., 2015, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, ALFABETA, Bandung.
- Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andy.
- Top brand. (2017). http://www.topbrand-award.com/top-brand-survey/survey-result/top_brand_index_2017_fase_1 di akses pada tanggal 14 mei 2018, pukul 18:00 wib.