

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1997). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Spektrum
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. (Edisi. Revisi). Jakarta : Rineka Cipta.
- Djarmiko, T., & Pradana, R. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 219, 221–227. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.05.009>
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartanto, R. A. (2016). *Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Lenovo Di Kota Semarang*.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. . 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Edisi 8. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. dan K.L. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Liu, C.-J., & Liang, H.-Y. (2014). The Deep Impression of Smartphone Brand on the Customers' Decision Making. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 109, 338–343. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.468>
- M. Wijaya, I. (2013). Pengaruh Brand image, Brand Personality, dan Brand Awareness terhadap niat beli smartphone apple, 2(SGEM2016 Conference Proceedings, ISBN 978-619-7105-16-2 / ISSN 1314-2704), 1–39.
- Mohd Suki, N. (2013). Students' demand for smartphones. *Campus-Wide Information Systems*, 30(4), 236–248. <https://doi.org/10.1108/cwis-03-2013-0013>
- Pandu, S. D. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi pada Mahasiswa dan Mahasiswi di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta), (December).
- Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediaKom.

- Radamuri, G. Y. D., Farida, N., & Dewi, R. S. (2013). Pengaruh Citra Merek, Word Of Mouth dan Iklan Terhadap Keputusan Perpindahan Merek.
- Rahim, A., Safin, S. Z., Kheng, L. K., Abas, N., & Ali, S. M. (2016). Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone among University Students. *Procedia Economics and Finance*, 37(16), 245–253.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30121-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30121-6)
- Sari, H. P. (2016). PENGARUH CITRA MEREK, FITUR, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Smartphone Xiaomi di DIY).
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, F. 1997. *Strategi Pemasaran*. Edisi 1. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., G. Chandra, dan D. Adriana. 2008. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Weisstein, F. L., Song, L., Andersen, P., & Zhu, Y. (2017). Examining impacts of negative reviews and purchase goals on consumer purchase decision. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 39(August), 201–207.
<https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2017.08.015>
- www.apjii.or.id diakses Kamis,23 Agustus 2018
- www.tekno.kompas.com diakses Kamis,23 Agustus 2018
- www.Statista.com diakses Kamis,23 Agustus 2018
- Zaini, A. B. (2013). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk,dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pasta gigi Pepsodent di Jakarta Timur), (108081000176).