

## DAFTAR PUSTAKA

- Aji. (20 Juni 2019). Apple Masih Kuasai Pasar Smartphone Kelas Atas Pada Kuartal 1 2019. Dikutip dari <https://macpoin.com/128311/apple-masih-kuasai-pasar-smartphone-kelas-atas-pada-kuartal-1-2019/>
- Ambarwati, Erina Permata. (2018). Analisis Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Variabel Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Toyota Avanza Nasmoco Majapahit Kota Semarang). Semarang: eprints.undip. ac.id, 2337-3792.
- Anton, A. 2016. Analisis Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pada PT Gemilang Berlian Indah di Kabupaten Kubu Raya. BIS-MA (Bisnis Manajemen), 1(1).
- Arista, Lutfiah., & Lasmana, Herlan. (2019). Pengaruh Review Oleh Sarah Ayu Pada Produk Kecantikan Di Youtube Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Menggunakan Produk. Jurnal SCRIPTURA, Vol. 9, No. 1. doi: 10.9744/scriptura.9.1.26-34
- Armstrong and Kotler, P. (2003). *Pengelola Pemasaran*. 9th Editio. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Astuti, Lycanti Anggari. (2019). Pengaruh *Online Consumer Review* Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswi Di Kabupaten Kebumen). Kebumen.
- Basu Swastha dan Ibnu Sukotjo, *Pengantar Bisnis Modern*, Edisi Ketiga, Yogyakarta: Liberty, 2002
- Chakraborty, Uttam. (2017). *Credibility Of Online Reviews And Its Impact On Brand Image*. India: Emerald Group Publishing Limited.
- CNBC Indonesia. (21 Februari 2019). Meneropong Tren Penjualan Smartphone Pintar pada 2019. Dikutip dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190221210655-3757000/meneropong-tren-penjualan-smarphone-pintar-pada-2019>
- CNN Indonesia. (29 Desember 2019). Vivo Sebut HP Seri Y Paling Laku di Indonesia. Dikutip dari

<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191227212758-185-460575/vivo-sebut-hp-seri-y-paling-laku-di-indonesia>

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.

Erlita, Kesia Giovani., Soesanto Harry. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan *Positive Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Iphone Di Fakultas Kedokteran Universitas Diponegoro). Semarang: *Diponegoro Journal Of Management*.

Ferdinand, A. (2006a) *Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Edisi 2. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. (2006b) *Structural Equation Modeling dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model-Model Rumit dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*. Edisi 4. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ferdinand, A. (2014) *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen: Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertasi Doktor*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Fitria, Eva. (2018). Analisis Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. Vol 5, No 2. DOI (PDF): <https://doi.org/10.36987/ecobi.v5i2.49.g47>.

Ghozali, I. (2005). *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS Ver. 5.0*. Edisi Dua. Semarang: BP Undip.

Hasyiyati, Diva Putri (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Sepatu Bata Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi (Studi Pada Konsumen Toko Sepatu Bata Semarang). Semarang: *Diponegoro Journal Of Management*.

Ilmu Manajemen Industri. (22 Juni 2017). Delapan Dimensi Kualitas Produk. Dikutip dari <https://ilmumanajemenindustri.com/delapan-dimensi-kualitas-produk/>

- Jalilvand, Mohammad Reza. (2011). *The Effect Of Electronic Word Of Mouth On Brand Image And Purchase Intention*. Iran: Emerald Group Publishing Limited.
- Kaharu, D. & Budiarti, A. 2016. Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* : Volume 5, Nomor 3, Maret 2016.
- Kotler, P. and Keller, K. L. (2009) *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Ketiga Bel. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. and Susanto, A. B. (1999) *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Pertama. Jakarta: Salemba Empat.
- Liua, Chia-Ju Liua., & Liang, Hao-Yun Liang. (2014). *The Deep Impression of Smartphone Brand on the Customers' Decision Making*. Taiwan: Science Direct.
- Mardiansyah, F., & Khuzaini, K (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan, Harga dan Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian: *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 6 (12).
- Maulana, Aqmal. (22 Juni 2019). Pasar Smartphone Premium Turun, Apple Tetap Kuasai Pasar. Dikutip dari <https://technologue.id/pasar-smartphone-premium-turun-apple-tetap-kuasai-pasar/amp/>
- Nugraha, Hilman Mulya. (5 Maret 2020). 15 HP Advan Terbaru Beserta Spesifikasinya (Mei 2020). Dikutip dari <https://carisinyal.com/hp-advan-terbaru/>
- Noerchoidah. 2013. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Iklan Terhadap *Brand Image* Dan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Kawasaki: *Jurnal WIGA*. ISSN NO 2088-0944 Vol. 3 No. 1 Maret 2013.
- Pambudi, Edu. 24 Pengertian Internet menurut Para Ahli. Dikutip dari <https://dosenit.com/jaringan-komputer/internet/pengertian-internet-menurut-ahli>
- Rayana, Uday. (5 Maret 2019). Mengapa Market Share Samsung Terus Anjlok? Dikutip dari <https://selular.id/2019/03/mengapa-market-share-samsung-terus-anjlok/>
- Samsung Electronics. Dikutip dari <https://www.samsung.com/id/smartphones>

- Sintadi, Jason. (2019). Analisis Pengaruh *Brand Image*, Harga, Dan Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Undip Semarang. Semarang: *Diponegoro Journal Of Management*.
- Sekaran, U. (2016) Metodologi Penelitian Untuk Bisnis. Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2001). Metode Penilaian. Bandung: Alfabeta.
- Sutrisna. 2002. Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sharma, Parv. (7 November 2019). *Top Five Smartphone Brands in Indonesia Captured a Record 84% Share During Q3 2019*. Dikutip dari <https://www.counterpointresearch.com/top-five-smartphone-brands-indonesia-captured-record-84-share-q3-2019/>
- Tampanatu et al. "Analisis Gaya Hidup, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Matahari Departement Store Mega Trade Center Manado". Jurnal EMBA. ISSN 2303-1174 Vol 2 No 3 September 2014.
- Tekno Kompas. (14 November 2019). IDC: Oppo Peringkat Pertama Pasar Smartphone Indonesia Kuartal III 2019. Dikutip dari <https://tekno.kompas.com/read/2019/11/14/12254257/idc-oppo-peringkat-pertama-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-iii-2019>
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
- Umboh, S. O., Tumbel, A., & Soepeno, D. (2015). Analisis Kualitas Produk, Brand Image, Dan Life Style Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Wanita Di Mississippi Manado Town Square. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 3(1).
- Venkatesan, Rajkumar. (2014). *Mobile Shopper Marketing: Assessing The Impact Of Mobile Technology On Consumer Path To Purchase: Emerald Group Publishing Limited*.
- Wariki, dkk. 2015. "Pengaruh Bauran Promosi , Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado". Jurnal EMBA Vol.2 No.2 Juni 2015.
- Weisten, L (2017). *Examining Impacts of Negative Reviews and Purchase Goals on Consumer Purchase Decision: Journal of Retailing and Consumer Services*. DOI: 10.1016/j.jretconser.2017.08.015.