

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaraan jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Akbar, K. (2013). Analisis Pengaruh Harga, Brand Image, dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Heandphone atau Smartphone Samsung Jenis Android (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Skripsi*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Angipora, M. P. (2008). *Dasar –Dasar Pemasaran*. Edisi Revisi, Cetakan Kedua, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Ananda, I. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Ramayana Lestari Sentosa Pekanbaru. *Jom Fisip*. Vol. 3 No. 1.
- Annafik, A. F. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor (Studi Kasus pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang). *Skripsi*. Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.
- Aptaguna, A. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Minat Beli Jasa Go- jek. *Widyakala*. Vol. 03. ISSN: 2337 – 7313.
- Assauri, S. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta:PT. Raja Wali Indeks.
- Bayu, P. dan Kerti, N. Y. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Besharat, A. (2010). How Co - Branding Versus brand extensions drive consumens evaluation of new Products. *A brand Equity Approach, Industrial marketing management*, Vol.39, Issn 8, pp. 1240 -1249.
- Blythe, J. (2012). *Essentials of Marketing Communications Second Edition*, Pearson Education.
- Budiningtyas, F. S., Didik P., dan Ahmad, M. (2010). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada Minimarket. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 11(2), pp: 87-107.
- Chi, H. K., Yeh, H. R., dan Huang, M. W. (2009). The Influenca of Perceived value on Consumer Purchase intention: The Moderating Effect of Advertising Endorser. *The Journal of Global Bussiness Management*, 5(1), 224-233.

- Chinomona, R., Loury. O., dan David. P. (2013). The Impact of Product Quality on Perceived Value, Trust, and Students' Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*,14(4), pp: 307-315. E-ISSN: 2039-2117.
- Daryanto. (2011). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaraan*. Bandung: Sari Nusa.
- Dewi, C. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Dan Minat Beli Konsumen di Rumah Makan Boga-Bogi Surakarta. *Jurnal Informatika*, 2(1), ISSN: 2337-5213.
- Dinawan, M. R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Mio PT Harpindo Jaya Semarang). *Tesis*. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Effendi, Guntur.(2010).*Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung setto.
- Eko Purnomo.(2016). Pengaruh Harga, Kualitas produk dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen dalam membeli Beras Lokal (studi Kasus Desa Rambah Utama). *Skripsi*. Universitas Pasir Pengaraian.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajeme, UNDIP, Semarang.
- Fransiska, N. dan Lukmanul, H. (2015). Analisis Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pengguna Smartphone Samsung Di Site Totalwin Semarang. *Among Markarti*, 13(7), pp. 94-107.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goenadhi, L. (2011). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Vol. 12, No. 2.
- Indrayani, L. (2013). Peran Persepsi Kualitas Produk Dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Niat Beli Heandphone Samsung Galaxy di Kota Denpasar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, Bali.
- Iqbal, M. dkk (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen XL. *Jurnal Ilmiah Progresif Manajemen Bisnis (JIPMB)*. 5(2), ISSN : 2354-5682.
- Isnaini, F. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* di Kalangan Mahasiswa Jurusan Pendidikan Akuntasnsi Universitas Muhammadiyah Surakarta Angkatan 2013. *Skripsi*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Muhammadiyah Surakarta.

- Kotler, P. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- _____ (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. dan Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid Satu, Edisi Keduabelas, Cetakan Ketiga. Penerbit Indeks.
- Kumala, O. B. (2012). *Pengaruh Word of Mouth terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali*. *Skripsi*. Universitas Indonesia, Jakarta.
- Kusumah, E. P. (2018). Technology Acceptance Model (TAM) of Statistical Package For the Sosial Sciences (SPSS) *Applications*. *Intergrated Journal of Business and Economics*, 2(1), 1-11
- Laksana, N. C. (08 April 2018). 5 Ponsel Vendor Dengan Penjualan Terbesar 2017 di Indonesia. Okezone Techno (Jakarta, Indonesia). Diakses 15 April 2018, dari <https://techno.okezone.com/read/2018/04/03/207/1881587/5-vendor-ponsel-dengan-penjualan-terbesar-sepanjang-2017-di-indonesia>.
- Milly, L. M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1), 493-506.
- Natalia. (2008). *Perspektif Manajemen dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Nazir. (2014). *Metode penelitian*. bogor : Ghalia indonesia.
- Razak, I. (2016). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Pelanggan Indihome di Propinsi Dki Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*. 4(2), ISSN :2338-4794.
- Sari, R. D. K. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Membeli pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Saidani, B. dan Arifin, S. (2012). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Pada Ranch Market. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*. Vol. 3. No. 1.
- Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung : Linda Karya.

- Salfina, L. dan Gusti, H. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pakaian Anak-Anak Studi Di Kasus Toko Rizky dan Afdal Parlaman. *Jurnal Indovisi*. 1(1), 83-100. ISSN : 2615-4234.
- Septiani, F. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada PT Ansuransi Jiwa Recapital di Jakarta). *Jurnal Mandiri Ilmu Pengetahuan, Seni, dan Teknologi*. 1(2), 274-288. ISSN : 2580-3220.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sulistyo, J. (2010). *6 Hari Jago SPSS 17*. Yogyakarta : Cakrawala.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Widajanti, E. dan Suprayitno (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Pada Steak Moen Moen di Surakarta. *Eksplorasi*. Vol. XXIX. No. 2.
- Wardani, H. S. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Muslim Pada Jaizah *Boutique* Tlogosari Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Univesitas Islam Negeri Walisongo Semarang.
- Williams, B. K. dan Sawyer (2010). *Using Information Technology ; A Partical Introduction to Company & Comunication 9 edition*. McGraw – Hill.
- Wiratama, A. Y. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olaraga Merek Nike di Kota Semarang. *Skripsi*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro.
- Yusuf, O. (05 April 2018). 5 Vendor Smartphone Terbesar di Indonesia. Kompas.com. Diakses 16 April 2018, dari <https://tekno.kompas.com/read/2018/04/05/12123227/5-vendor-smartphone-terbesar-di-indonesia>.