

DAFTAR PUSTAKA

- Bachdar, Saviq. (2014). Membangun *Branding* di Pasar yang Kian Terhubung. http://www.the-marketeers.com/archives/membangun-branding-di-pasar-yang-kian-terhubung.html#.VCrXn_mSzRU. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Bambang. (2013). Data Statistik Top 14 Manufaktur *Smartphone* Dunia Kuartal Kedua 2013. <http://gadgetan.com/data-statistik-top-14-manufaktur-smartphone-dunia-kuartal-kedua-2013/49718>. Diakses tanggal 24 September 2014.
- Budiwati, Hesti. (2012). Implementasi *Marketing Mix* dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Unggulan Keripik Pisang Agung di Kabupaten Lumajang. *Jurnal WIGA*, Volume 2, Nomor 2.
- Fadli, Fery. (2013). *Smartphone* Adalah ? – Definisi Lengkap Versi Pakar Teknologi dan Tekonke. <http://tekonke.com/smartphone-adalah-definisi-lengkap-versi-pakar-teknologi-dan-tekonke/>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Ghozali, Imam. (2006). *Aplikasi Analisis Bivariate Dengan Program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hariadi, Doni dan Martoadmojo, Soebari. (2013). Pengaruh Produk, Harga, Promosi, dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk *Projector Microvision*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, Volume 1, Nomor 1.
- Hermawan, Agus. (2012). *Komunikasi Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- J. Supranto. (2001). *Pengukuran Tingkat untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. PT Rineka Cipta, Jakarta.
- Keller, Kevin. L dan Kotler, Philip. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kurniawan, A. D dan Astuti, Sri. R. T. (2012). Analisis Pengaruh Produk, Promosi, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Kedai Amarta Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, Volume 1, Nomor 1, hal 5.
- Luthfi, Ahmad. (2014). Di Indonesia, *Smartphone* Sudah Menjadi Kebutuhan Utama. <http://techno.okezone.com/read/2014/05/13/57/984293/di-indonesia-smartphone-sudah-menjadi-kebutuhan-utama>. Diakses tanggal 24 September 2014.

- Nugraha, Firman. (2011). Pasar *Smartphone* di Indonesia. <http://teknojurnal.com/pasar-smartphone-di-indonesia/>. Diakses tanggal 24 September 2014.
- Oetama, Seanewati. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Motor Honda di Sampit. *Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, Volume 3, Nomor 1, hal. 146.
- Panji, Aditya. (2014). Penjualan Ponsel Lesu, Laba Samsung Menurun. <http://tekno.kompas.com/read/2014/08/01/17100007/Penjualan.Ponsel.Lesu.Laba.Samsung.Turun>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry. C. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Keempat. Erlangga, Jakarta.
- Peter, J. Paul dan Olson, Jerry. C. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi 9. Salemba Empat, Jakarta.
- Prayogi, Gesit. (2014). Pengguna *Smartphone* Tembus 1,25 Miliar di 2014. <http://techno.okezone.com/read/2014/01/20/57/928972/pengguna-smartphone-tembus-1-25-miliar-di-2014>. Diakses tanggal 24 September 2014.
- Rahman, Angga. Nur. (2013). Keputusan Pembelian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi. <https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/2013/11/17/keputusan-pembelian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi/>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Rusmari, Gusti dan Nata, Devyn. (2012). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli *Supplement Curcuma Emulsion* di Banjarmasin. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, Volume 13, Nomor 1.
- Salim, Dadi. A. (2014). Samsung *Electronics* Indonesia Manfaatkan WOMM untuk Dongkrak Penjualan. <http://swa.co.id/business-strategy/di-indonesia-efek-womm-sangat-kuat>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Stanton, William. J. (1984). *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh. Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Administrasi*. Edisi 12. CV. Alfabeta, Bandung.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Suryawan, Sheehan dan Dharmayanti, Diah. (2013). Analisa Hubungan Antara Experiential Marketing, Customer Satisfaction dan Customer Loyalty Cafe Nona Manis Grand City Mall Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Volume 1, Nomor 2.

- Tarigan, Insaf. Albert. (2014). Samsung Masih Kuasai Pasar *Smartphone* AS. <http://teknologi.metrotvnews.com/read/2014/08/08/274942/samsung-masih-kuasai-pasar-smartphone-as>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Tresnanda, Dick. A, Arifin, Zainul dan Sunarti. (2014). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah (Survei Pada Konsumen BluKid Residence Sidarjo). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Volume 8, Nomor 1.
- Wahyono, Budi. (2012). Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen. <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html>. Diakses tanggal 25 September 2014.
- Wangko, Mega. Christine. (2013). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Panther Pada PT. Astra Internasional – Izuzu Manado. *Jurnal EMBA*, Volume 3, Nomor 1, hal 549.
- Wantini, Saiz . Martono, Trisno dan Hindrayani, Aniek. (2013). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Emping Mlinjo di Kelurahan Ngadirejo Kecamatan Kartasura. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*, Volume 1, Nomor 1.
- Yusoff, Muhamad. S. F. (2012). *The Dundee Ready Educational Environment Measure : A Confirmatory Factor Analysis in a Sample of Malaysian Medical Students. International Journal of Humanities and Social Science*, Volume 2, Number 16.