

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. (2013). *Manajemen Pemasaran Strategi*. Edisi kedelapan. Jakarta: Salemba Empat.
- Arief Rahendy. 2014. Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Volume 3. No 4.
- Danang Sunyoto. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Djaslim Saladin. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Bandung; Linda Karya
- Djaslim Saladin dan Herry Achmad Buchory. (2010), *Manajemen Pemasaran Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi, dan Tanya Jawab*. Bandung: Linda Karya
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Ghozali Imam. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- <https://tekno.kompas.com/read/2018/06/05/16330097/penjualan-smartphone-global-kembali-positif-satu-merek-melesat>
- <http://johanes-budi-walujo.blogspot.com/2013/10/strategi-menghadapi-persaingan-bisnis.html>
- <http://industri.bisnis.com/read/20131003/105/166841/ini-4-strategi-samsung-pertahankanposisi-no1>
- <https://www.liputan6.com/tekno/read/3620473/harga-hp-samsung-terbaru-dan-terupdate-2018-samsung-note-9-sudah-masuk>
- <http://bali.tribunnews.com/2018/05/10/samsung-a6-dan-a6-hadirkan-kecanggihan-inovasi-dengan-harga-terjangkau?page=all>
- <http://gadget.bisnis.com/read/20180226/280/742932/tren-dunia-turun-penjualan-ponsel-pintar-samsung-naik>
- <https://erafone.com/artikel/news/raja-smartphone-kuartal-pertama>.
- Julianda, I., dan Komalasari, E. (2017). Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pembelian Produk *Smartphone* Samsung (Studi Pengguna *Smartphone* Merek Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Islam Riau). *Jurnal Valuta*. Vol. 3 No 1. April 2017.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. (2013). Manajemen Pemasaran, Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Maharina, N. (2014). Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk Iphone di Bandung. Universitas Islam Bandung.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Kewirausahaan. Bandung : Alfabeta.
- Rangkuti & Freddy. (2008). The Power of Brands. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setyosari, Punaji. (2010). Metode Penelitian Penelitian dan Pengembangan. Jakarta: Kencana.
- Sopiah & Sangadji. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi.
- Srikalimah. (2017). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Handphone Android. *International Journal of Social Science and Business*. Vol.1 (20) pp. 52-59.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sunarto. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi 3S. *Jurnal Moneter*. Vol. V No. 1 April 2018.
- Tjiptono dan Fandy. (2008). Strategi Pemasaran. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.