

## DAFTAR PUSTAKA

### Sumber dari Buku

- Aaaker, David. A dkk (2013). *Marketing Reseach*. United States of America: PEARSON
- Abdullah, Thamrin & Tantri Francis (2014). *Manajemen Pemasaran* (edisi pertama). Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Darma, Budi (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS*. Bogor: Guepedia
- Dwi Prasetya, D. (2013). *Membuat Aplikasi Smartphone Multiplatform* (edisi pertama). Jakarta: PT Elex Media Komputindo
- George, Darren & Mallery, Paul (2016). *IBM SPSS Statistics Step by Step*. New York: Taylor & Francis Group.
- Mertha Jaya, I.M.L. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia
- Metha Cyrus,R. & Patel Nithin, R (2013). *IBM SPSS Exact Test*. Cambridge: IBM Corp.
- Kamaluddin, Apiaty (2017). *Administrasi Bisnis*. Makassar: CV Sah Media.
- Keller, K.L & Swaminathan, V (2020). *Strategic Brand Management (4<sup>th</sup> edition)*. United States Of America: PEARSON.
- Kotler, Philip & Keller, K.L (2016) . *Marketing Management, Global Edition (17<sup>th</sup> edition)*. United States of America: PEARSON.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (edisi 13) diterjemahkan Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary (2018). *Principles of Marketing (17<sup>th</sup> edition)*. Italy: PEARSON.
- Maksum, Irfan R (2020). *Jalan Sederhana Memahami Administrasi Publik Dan Bisnis Antara Teori Dan Praktik*. Sleman: Dee Publish.
- Santoso, Singgih (2018). *Menguasai Statistik dengan SPSS 25*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Suryati, Lili (2015). *Manajemen Pemasaran “Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan”* (cetakkan pertama). Sleman: Deepublish
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D* (cetakkan pertama). Bandung: ALFABETA
- Supriyadi, Endang (2016). *Praktis Belajar Komputer Seri Microsoft Excel*. Bogor: Penerbit Defa.

- Suyono (2018). *Analisis Regresi Linear Untuk Penelitian*. Sleman: Penerbit Deepublish.
- Vacca, John R. (2017). *Computer and Information Security Handbook* (edisi 3). United States: Morgan Kaufmann
- Wirania Swasty (2016). *Branding "Memahami dan merancang strategi merek"*(edisi pertama). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Yusuf, Muri (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Penelitian Gabungan* (edisi pertama, cetakkan ke-4). Jakarta: KENCANA.

### Sumber dari Internet

- Bankmycell (2021). Statistik Pengguna Seluler Oktober 2021: Temukan Jumlah Ponsel di Dunia & Penetrasi Ponsel Cerdas menurut Negara atau Wilayah. Diambil dari: <https://www.bankmycell.com/blog/how-many-phones-are-in-the-world>.  
(Akses: 20: Oktober 2021)
- DPR (2016). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 Tentang Merek Dan Indikasi Geografis*. Diambil dari: <https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/1684.pdf>.  
(Akses: 28 Februari 2021)
- Khoirunnisa (2020). Top 5 Vendor *Smartphone* di Indonesia Q4-2020. Diambil dari: <https://selular.id/2021/02/top-5-vendor-smartphone-di-indonesia-q4-2020>.  
(Akses: 20 Oktober 2021)

### Sumber Jurnal dan Skripsi

- Adaming, Satriani (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*, 1-73.  
<http://eprints.unm.ac.id/15436/1/Skripsi%20Satriani%20Adaming-1.pdf>
- Azrin, Amrillah (2018). *Pengaruh Harga Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek ViVo Di Store Palembang Square*, 7(I), 1-20.  
<http://www.univ-tridinanti.ac.id/ejournal/index.php/ekonomi/article/view/442/419>
- Safitri, W., Bintarti, S., & Kafabih, R.A. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Advan Di Cikarang , Bekasi Tahun 2019*, 17(II), 140-155,  
<http://journal.widyatama.ac.id/index.php/jbme/article/view/606/453>
- Sari, Y. N. (2016). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple (Iphone) Pada Mahasiswa Ilmu Komputer Dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara*, 1-76.  
<https://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/15141/140521015.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Serawati, F. M. (2019). *Pengaruh Harga Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo (Studi Kasus Mahasantri Ma'had Al-Jami'ah IAIN Bengkulu)*, 1-72.

<http://repository.iainbengkulu.ac.id/3398/1/FINACIA%20MARDA%20SERAWATI.pdf>

Primavera, E. A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Cina Di Kota Jember*, 1-63.

<https://repository.unej.ac.id/bitstream/handle/123456789/101382/Edo%20Amrial%20Primavera-160810201320.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Wijaya, Reski (2017). *Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Kota Makassar*, 1-99.

<http://repositori.uin-alauddin.ac.id/1990/1/SKRIPSI%20RESKI%20WIJAYA.pdf>