

DAFTAR PUSTAKA

- Armayani,A.,& Jatra,I.M (2019). Peran Brand Image Memediasi Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 8,5232.
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2016). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Czinkota, M. R., & Kotabe, M. (2001). *Marketing Management* (2 ed.). United States of America: South-Western College.
- Dharma, N. P., & Sukaatmadja, I. P. (2015). PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN MEREK, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI PRODUK APPLE. *E-Jurnal Manajemen Unud* , 4, 3236.
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Hawkins, D. I., & Mothersbough, D. L. (2013). *Consumer Behavior* (Twelfth ed.). America, New York: Mc Graw Hill.
- Jannie, D. N. (2012). *Statika Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press.
- Jatmiko, T., & Pradana, R. (2015). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia* , 223.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (12 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & G. A. (2012). *Priciples of Marketing Global 14thedition*. New Jersey: Prentice.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. England: Pearson.
- Kuncoro, M. (2011). *Metode Kuantitatif: Teori dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: UPP Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen.

- Lau, G. T. (1999). Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management* .
- Makaleuw, M. M., Sumarauw, J. S., & W.J.Ogi, I. (2018). Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada PT. Gemilang Indonesia Cabang Manado). *EMBA* , 3715.
- Pelton, L. E., Strutton, D., & Lumpkin, J. R. (2002). *Marketing Channels* (Second ed.). Singapore: Mc Graw Hill.
- Philip Kotler, K. L. (2012). *Marketing Management. 14th edition*. New Jersey: Prentice.
- Prasetyo, E. T., & Purwantini, S. (2017). AN INFLUENCE ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY, BRAND IMAGE AND PRICE ON THE DECISION TO BUY TOSHIBA LAPTOP. *Economics & Business Solutions Journal* , Volume 1, Number 2.
- Rizan, M., Naully, M. O., & Saparuddin. (2017). The Influence of Brand Image, Price, Product Quality and Perceived Risk on Purchase Decision Transformer Product PT. Schneider Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* , 104.
- Santosa, P. B., & Hamdani, M. (2007). *Statistika Deskriptif dalam Bidang Ekonomi dan Niaga*. Jakarta: Erlangga.
- Satyanegara, A., & Setiawati, C. I. (2016). Product Attributes and Price on Purchase Decision of Xiami Smartphone. *Trikonomika* , 40-47.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Bogor: Prenada Media.
- Setiadi, N. J. (2018). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Prenada Media.
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Jakarta: IPB Press.
- Suryani. (2017). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Suryani. (2017). *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Prenada Media.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Wibowo, S. F., Sari, E. P., & Saidani, B. (2017). The Effect of Trust and Brand Image on Purchase Decree (Us Toyota Car Survey in Jakarta Region). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)* , 321.
- Yulianda, S., & Handayani, T. (2015). The Effect of Two Aspects- Quality Products and Consumers Psychology- Toward the Purchase Decisions of Samsung Mobile Phone. *Mediterranean Journal of Social Sciences* , 203.