DAFTAR PUSTAKA

Aaker, D.A. 2008. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai dari suatu Merek*. Terjemahan oleh Aris Ananda. Cetakan Ketiga. Mitra Utama. Jakarta.

Angipora, M.P. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Cetakan Kedua. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.

Budiyanto. T., C. Kojo., H. N. Tawas. 2016. Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 16 (04) : 488-500.

Dharma, N. P. S. A. dan I. P. G. Sukaatmadja. 2015. Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Memeli Produk Apple. *E-jurnal Manajemen Unud* 4(10): 3228-3255.

Durianto, Darmadi. 2001. *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Durianto, Darmadi. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Fadli dan I Qomariah, 2008, Analisis Pengaruh faktor-Faktor Ekuitas Merek Sepeda Motor Merek Honda Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Universitas Sumatra Utara), *Jurnal Manajemen*.

Fitrianingrum, F., & Wahyono, T. (2013). Pengaruh Harga Dan Mutu Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*, *9*(2), 120-139.

Fure, F., J. Lapian, dan R. Taroreh, 2015. Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Manado, *Jurnal EMBA* 3(1): 367-377.

Gitosudarmo, I. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama. Cetakan keempat. Penerbit: BPFE. Yogyakarta.

Hasan, Ali. 2009. *Marketing*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Media Pressindo.

Kotler Philip , dan Gary Amstrong. 2012. *Principles Of Marketing, Global Edition,. 14 Edition*. united states:pearson Education

Kotler, P. dan C. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketigabelas. Jilid kesatu. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. dan G. Amstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran 2*. Edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.

Kotler, P. dan K. Kevin. L 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas. Jilid Satu. Erlangga: Jakarta.

Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, Jakarta, Prehallindo.

Ma'ruf, H. 2006. *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Nurhayati. S. 2017. Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Yogyakarta. *JBMA*. IV (2) : 60-69.

Prasetya, I. S. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 5(7).

Sari. V. Y., D. Gumanti., Sumarni. 2017. Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Dan Asosiasi Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung. *Journal of Economic and Economic Education. 5 (2) : 199-208.*

Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku Konsumen*. Edisi Ketujuh. Indeks. Jakarta.

Setiyaningrum, A. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Sudjatmika. F. V. 2017. Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Kemudahan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online di Tokopedia.com. *AGORA*. 5 (1) : 1-7.

Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta. Bandung.

Tandjung, J.W. 2008. *Marketing Management: Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan*. Banyumedia Publishing. Malang.

Tjiptono, F. dan G. Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Edisi Kedua. Andi. Yogyakarta.