

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam. 2012. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba". *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, volume 12, nomor 2. Universitas Gunadarma. Depok. <http://publication.gunadarma.ac.id/handle/123456789/6152>. Halaman 14-20
- Ardy, Dian Ayu P. 2013. "Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry Curve 9300". *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 1 No.1. Universitas Negeri Surabaya. Surabaya. <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/1508>. Halaman 228-232
- Alma, Buchari. 1998. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Kedua*. CV Alfabeta. Bandung.
- Anto, Dajan. 1986. *Pengantar Metode Statistik Jilid 1*. LP3S. Jakarta.
- Cooper, D.R dan C.W. Emory. 1996. *Metode Penelitian, Edisi Kelima alih bahasa Widjono Soetjipto*. Jakarta: Erlangga.
- Djarwanto dan Subagyo, P. 1985. *Statistika Induktif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar, N. 1995. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta: Erlangga.
- Hamidah, Siti. 2013. "Analisis Persepsi Citra merek, Desain, Fitur, dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian produk Handphone Samsung Berbasis Android (studi kasus STIE Pelita Indonesia)". *Jurnal Ekonomi*, Vol. 21, No. 4. Pekanbaru. <http://ejournal.unri.ac.id/index.php/JE/article/view/2043>. Halaman 9-18

- Ifani, Grisma dan Rini Nugraheni. 2013. "Analisis Pengaruh Kesehatan dan Keselamatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan pada PT Apac Inti Corpora Bawen Jawa Tengah Unit Spining 2". *Diponegoro Journal Of Management*. Vol. 2. No. 3.
- Isyanto, Puji. dkk. 2012. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi Universitas Singaperbangsa Karawang". *Jurnal Manajemen vol.09 no.4*. Karawang. <http://jurnal.feunsika.ac.id>. Halaman 860-861
- Jogiyanto. 2004. *Metode Penelitian Bisnis: salah kaprah dan pengalaman-pengalaman*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstronng. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran, Edisi Kesembilan*. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P dan Garry Amstronng. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Mahera, Zerly Agna, dkk. 2014. "Pengaruh International Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian". *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vo. 1, No. 1*. Universitas Brawijaya. Malang. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/352>. Halaman 6-7
- Mustarikallah, R. Nurafdal. 2011. "Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla di Makassar". *Skripsi*. Makassar: Universitas Hassanudin. <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/819>. Halaman 62-66
- Priyatno, Duwi. 2013. *Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Gava Media.
- Ps, Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2005. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.

- Rosiana, Miranti. 2014. "Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Smartphone Samsung Galaxy Young S6310". Skripsi. Institut Pertanian Bogor. Bogor. <http://repository.ipb.ac.id/handle/123456789/69646>. Halaman 16-21
- Saidani, Basrah dan Dwi Raga Ramadhan. 2013. "Pengaruh Iklan Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Seri Galaxy (Survei Pada Pelanggan ITC Roxy Mas)". *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) vol. 4 no.1*. Universitas Negeri Jakarta. <http://www.jrmsi.com/>. Halaman 67-72
- Singgih, Santoso. 2001. *SPSS Versi 10: Mengelola Data Statistik Secara Profesional*. Penerbit PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Suharsimi, dan Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta. Jakarta.
- Susanty, A dan Andi Saputra, N.B. 2011. "Pengaruh Brand Image Speedy Telkom Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Kecamatan Banyumanik Semarang. *Jurnal Undip*. Vol: VI (3), 1447-154.
- Swasta, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi 2. Liberty. Yogyakarta.
- Syahputra, Andi. 2013. "Pengaruh Brand Equity Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Samsung Galaxy Tab di Makassar". Skripsi. Universitas Hassanudin. Makassar. <http://repository.unhas.ac.id/handle/123456789/8818>. Halaman 47-64
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Strategi Pemasaran*. Andi: Yogyakarta.
- Wijaya, Erwin Adi. 2014. "Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Galaxy 2 Series". *Artikel Ilmiah Hasil Penelitian Mahasiswa*. Universitas Jember. Jember. <http://repository.unej.ac.id/handle/123456789/59106>. Halaman 6-7