

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadinejad, B., Karampour, A., & Nazari, Y. (2014). A Survey On Interactive Effect Of Brand Image and Perceived Quality Of Service On Each Other; (Case Study: Etko Chain Stores). *Journal of Business and Management Review*, 3 (8). Hal 217-224. Diunduh dari <http://Proquest.com>.
- Anastuti, K. U., Arifin, Z., & Wilopo. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Mahasiswa Pengguna iPhone di Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 7 (1). Diunduh dari <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>.
- Andini, Suharyono dan Sunarti. (2014). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Kepercayaan Pelanggan dan Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013 yang Melakukan Pembelian Online Melalui Media Sosial Instagram). *Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol. 11, No. 1. Diunduh dari <http://portalgaruda.org>.
- Armayanti, N. (2012). Gambaran Kepercayaan Konsumen Terhadap Pembelian Melalui Media Internet. (Skripsi. Medan: Fakultas Psikologi Universitas Sumatera Utara). Diunduh dari <http://repository.usu.ac.id>.
- Azizah. (2013). Hubungan Antara Kepuasan Konsumen Dengan Loyalitas Merek Pada Pengguna Kartu Prabayar Simpati. *Jurnal Psikologi*. Vol. 9, No. 1.
- Azwar, Saifuddin. (2003). Metode Penelitian, Cetakan Ke-enam. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bahrudin, M., Zuhro, S. (2015). Pengaruh Kepercayaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam*. Vol. 3, No.1.
- Barakati, D.P. (2013). Dampak Penggunaan *Smartphone* Dalam Pembelajaran Bahasa Inggris (Persepsi Mahasiswa). (Skripsi, Fakultas Sastra Universitas Sam Ratulangi.).
- Bastian, D.A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Ades Pt. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2, No. 1.

- Birgelen, Marcel Van, Ko de Ruyter dan Wetzels, M. (2000). "The Impact of Incomplete Information on the Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings". *Journal of Service Research*. Vol. 2, No. 4. Diunduh dari <http://journals.sagepub.com>.
- Chang, Chen & Lan. (2013). Service Quality, Trust and Patient Satisfaction in Interpersonal – Based Medical Service Encounters. *BMC Health Service Research*. Diunduh dari biomedsearch.com.
- Cronin Jr, J.J. & Taylor, S.A. (1992). "Measuring Service Quality: a Reexamination and Extension". *Journal of Marketing*. Vol. 56, No. 3. Diunduh dari <http://www.jstor.org/>.
- Danesh, S.N., Nasab, S.A., dan Ling, K.C. (2012). The Study of Customer Satisfaction, Customer Trust and Switching Barriers on Customer Retention in Malaysia Hypermarkets. *International Journal of business and Management*. Vol. 7, No. 7. Diunduh dari <http://www.ccsenet.org>.
- Deliusno. (2013). 20 Persen Pengguna Android "Membelot" ke iPhone. Diunduh dari <http://tekno.kompas.com/read/2013/08/20/1528365/20.persen.pengguna.android.membelot.ke.iphone>.
- Dewi, Titis Shinta. (2005). Analisis Penentuan Posisi Merek Mobil Jenis Cry Car Berdasarkan Persepsi dan Preferensi Konsumen di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*.
- Diana, A., Naili, F. (2014). A Study of Planned Impulsive Buying on Consumers in Indonesia. *Jurnal The 3rd ICBB Pattaya Thailand*. page:463-477. Diunduh dari eprints.undip.ac.id.
- Djati, S. Pantja. (2005). Pengaruh Kinerja Karyawan Terhadap Kepuasan, Kepercayaan, Dan Kesetiaan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Kewirausahaan*. Vol. 7. No. 1.
- Djunaedi, Didik. (2011). Hasil Survei: Pengguna iPhone Paling Terpuaskan (Diperbarui 26 Juni 2015). Diunduh dari http://www.kompasiana.com/didik_djunaedi/hasil-survei-pengguna-iphone-paling-terpuaskan_5501023ea3331135195107e4.
- Engel, James F, et al. (1990). Customer Behavior. Diterjemahkan oleh: F X Budiyo. Perilaku Konsumen, Jilid II. Jakarta: Binarupa Aksara.

- Ferrinadewi, E. (2005). Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*. Vol.17, No. 1.
- Ferrinadewi, Erna & S.Pantja Djati (2004). Upaya Mencapai Loyalitas Konsumen dalam Perspektif Sumber Daya Manusia. *Jurnal Kewirausahaan dan Manajemen*. Vol.6 No.1, pp.15-26.
- Gaspersz, Vincent. (1997). *Manajemen Kualitas dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka.
- Gefen, D. (2000). E-commerce: The Role of Familiarity and Trust. *Omega* 28(5) 725– 737.
- Guspul, A, dan Awaludin, A. (2014). Kualitas Pelayanan, Kepuasan dan Kepercayaan Nasabah Pada Koperasi Jasa Keuangan Syariah di Wonosobo. *Indonesia: Jurnal PPKM III-ISSN 2354-869X*.
- Harun, Haerol. (2013). Hubungan Antara Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa Pengguna Game Pointblank. (*Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Ahmad Dahlan Yogyakarta*). Diunduh dari <http://portalgaruda.org/>.
- Hutasoit. (2011). *Pelayanan Publik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: MagnaScript Publishing.
- Indhryani, Ria. (2014). Ukur Tingkat Kepuasan Pengguna, iPhone 5S Duduki Peringkat Pertama. p. diunduh dari <http://bandung.bisnis.com/>.
- International Data Corporation. (2012). Top five worldwide *smartphone* vendors, 4q 2011, five quarter market share changes (units). Retrieved 21 Maret 2012. Diunduh dari <http://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS23299912>.
- Irawan, Handi. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Kabiri, Fateme. (2013). Effective Factors on Consumer Loyalty and Satisfaction. Kuwait Chapter of Arabian. *Journal of Business and Management Review*. Vol. 2, No.10; June.

- Khotimah, Khusnul. (2013). Pengaruh Kepercayaan Terhadap Loyalitas Nasabah Menabung Pada Kantor Cabang Utama PT. Bank Pembangunan Daerah Papua di Jayapura. *Jurnal Future*. Vol.1 No.1.
- Kotler, Philip. (2000), Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, Philip. (2005). Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh: Drs. Benyamin Molan, Jilid 2, Edisi Kesebelas. Jakarta: Penerbit Index.
- Lau, G.T. dan Lee, S.H. (1999). "Consumers' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty". *Journal of Market Focused Management*. Vol. 4, No. 2.
- Lianda, Filza. (2009). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi USU Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Sampo Sunsilk. (*Skripsi Universitas Sumatera Utara*).
- Lubis, Dharmawan. (2011). Pengaruh Brand Characteristic Terhadap Kepercayaan Dan Niat Beli Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*. Vol. 5. No. 1.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa. Salemba Empat. Jakarta.
- M.N, Nasution. (2010). Manajemen Mutu Terpadu. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Maimah Kh, Rizka. (2012). "Analisis Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Sikap Pelanggan Dan Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian Ulang (Studi Kasus Pada Cv. Mukti Manunggal Semarang)". (*Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*).
- Malhotra, N.K. (2004). Riset Pemasaran, Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Mcknight, D. H., V. Choudury., & C. J. Kacmar. (2002). Developing And Validating Trust Measure for E-Commerce: An Integrative Typology. *Informatin System Research*. 13(3), hal334-59.
- Moorman, C., Zaltman, G., & Deshpande, R. (1992). Relationships between providers and users of market research: the dynamics of trust within and between organization. *Journal of Marketing* Vol. 29, No. 3, pp. 314-328.

- Mowen, John, C dan Michael Minor. (2002). *Perilaku Konsumen*. Jilid Kedua. Jakarta: Erlangga.
- Musanto, Trisno. (2004). Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus Pada CV. Sarana Media Advertising Surabaya. Jurusan Ekonomi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Petra. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*. Vol. 6, No. 2, September 2004: h123 – 136.
- N.N. (2011). Pengguna Iphone Terbukti Paling Setia. Diunduh dari <http://http://gopego.com/news/a/2011/09/pengguna-iphone-terbukti-paling-setia>.
- Naila, Farida. (2014). Analisis Model Kepuasan Terhadap Pembelian Ulang. *Jurnal Dinamika Manajemen*. Vol. 5, No. 2.
- Oktaviana, Arinda Putri. (2014). Pengaruh Gaya Hidup Dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Android Merek Samsung. (*Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*).
- Paine, Katie Delahaye. (2003). *Guidelines for Measuring Trust in Organization*. The Institute of Public Relations.
- Peter dan Olson. (1996). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. D. Sihombing (penerjemah). *Consumer Behavior*. Gelora Aksara Pratama. Jakarta
- Peter, J. Paul dan James H. Donnelly JR. (2007). *Marketing Management Knowledge and Skills* Eighth Edition. New York Americas : The mc Grow Hill Companies.
- Putra, Anindhita Bayu Pratama. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Dalam Menggunakan Produk Mobil Merek Toyota. (*Skripsi Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang*).
- Ramadani, A.F. (2011). Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Melalui E-Commerce Dengan Persepsi Risiko Sebagai Variabel Mediator. (*Skripsi Program Studi Psikologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Brawijaya*).
- Rangkuti, Freddy. (2006). *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.

- Saleem, Asma., Abdul Ghafar, Muhammad Ibrahim, Muhammad Yousuf and Naveed Ahmed. (2015). Product Perceived Quality and Purchase Intention with Consumer Satisfaction. *Global Journal of Management and Business Research: E Marketing*. Vol. 15 No. 1, 2015. ISSN Online 2249-4588 & ISSN Print 0975-5853.
- Santoso, J.F., Kunto, Yohanes S. (2014). Pengaruh Perceived Quality Terhadap Attitude Toward Brand Pada Pengguna *Smartphone* Samsung Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*. Vol. 2, No. 1.
- Sugiyono, (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PenerbitAlfabeta.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. (2004). Prinsip – Prinsip Pemasaran. Yogyakarta: Amus.
- Supranto. (2006). Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan atau Konsumen. Jakarta: Rineka Cipta.
- Susanti, Vivi.,Hadi, Cholichul,. M.Si. (2013). “Kepercayaan Konsumen dalam Melakukan Pembelian Gadgetsecara Online”. (*Skripsi Fakultas Psikologi Universitas Airlangga Surabaya*).
- Wijaya, Tjoa C.A. (2013). Motif Masyarakat Surabaya Dalam Menggunakan Iphone. *Jurnal E-Komunikasi*. Vol. 1. No. 1.
- Yola, Melfa dan Duwi Budianto. (2013). Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Dan Harga Produk Pada Supermarket Dengan Menggunakan Metode Importance Performance Analysis (IPA). *Jurnal Optimasi Sistem Industri*. Vol. 12, No. 12, hlm. 301-309. ISSN 2088-4842.
- Yupitasari, L. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Materialisme Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pengguna Produk Iphone Di Kota Semarang. (*Naskah Publikasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Dian Nuswantoro Semarang*).