

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, M., Lubis, N., & Listyorini, S. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone(Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(1)
- Aldila, P., & Sugiarto, Y. (2015). Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan Importance Performance Analysis Pada Konsumen Laptop Asus Di Semarang. 4, 1–6.
- D, F. W. & I. (2018). Pengaruh direct selling dan media sosial melalui facebook terhadap minat beli konsumen pada rokok sin herbal. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis FE UNIAT*, 4,(3)
- Deatami, N. M., & Khasanah, I. (2019). Analisis Pengaruh Iklan dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening (Studi pada Konsumen Sariayu di Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 8(4)
- Efendi F & Tamami S. (2017). Pengaruh tingkat upah, kesejahteraan, dan loyalitas terhadap kinerja bawahan pada PT Angkasa Engineeris Indonesia. *Jurnal Equibiria FE UNRIKA*, 4,(1).
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/proyeksi-pengguna-smartphone-di-asia-tenggara-2016-2019>. (Diakses pada tanggal 12 maret 2020)
- <https://id.priceprice.com/harga-hp/news/Canalys-dan-IDC-Samsung-Apple-Mengalami-Penurunan-Penjualan-HUAWAI-Meningkat-Secara-Signifikan-di-Tahun-2018-7223/>. (Diakses pada tanggal 12 maret 2020)
- <https://money.kompas.com/read/2019/11/02/091846026/penjualan-iphone-lesu-laba-apple-tergelincir>. (Diakses pada tanggal 12 maret 2020)
- <https://www.cnbcindonesia.com/market/20190706102316-17-83118/apple-masihkah-menarik-di-pasar-modal>. (Diakses pada tanggal 12 maret 2020)
- Khakim, M. L. (2014). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Kota Semarang. *Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Dian Nuswantoro Semarang*

Kotler P & Armstrong G. Principles of marketing. Pearson. 2018

Kotler P & Keller K. (2016). Marketing management. Pearson. 2016

Maghfiroh, A., Arifin, Z., & Sunarti, S. (2016). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN (Surveipada Mahasiswa Program Studi Administrasi Binis Tahun Angkatan 2013/2014 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Pembeli Indosat Ooredoo). *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 40(1)

Permana, S. I. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Citra Merek. 16–48.

Putri, I. M. F., & Yuliati, A. L. (2019). Pengaruh Country of Origin Terhadap Citra Merek Dan Smartphone Huawei Di Kota Bandung E-Proceeding of Management, 6(3),

Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(6)

Sugesta, A. F. (2019). (Case study on Students of the Faculty of Economics , Universitas Negeri Jakarta).

Sugiyono. (2018). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tomida, M., & Satrio, B. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Footwear Yongki Komaladi di Surabaya. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*, 5, 15.

Widjaja, Y. R. (2019). Pengaruh Tagline dan Media Periklanan Above the Line terhadap Brand Awareness DAPUR IGA BANDUNG. *Jesya(Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*

Widya Suraputra, I. M., & Raka Suardana, I. B. (2019). Persepsi Kualitas Sebagai (Permana, 2016)Mediator Antara Merek, Desain, Harga dan Niat Beli Sepeda Motor. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1)

Wulansari, O. (2016). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Calzone Di Calzone Express Cabang Klitren, Yogyakarta.