

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah, M. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Darmanto, & Wardaya, S. (2016). *Manajemen Pemasaran: Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah*. Yogyakarta: Deepublish.
- Eriyanto. (2015). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Firdaus, & Zamzam, F. (2018). *Aplikasi Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ginting, N. F. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Yrama Widya.
- Glynn, M. S., & Woodside, A. (2012). *Business to Business Brand Management: Strategies, Cases, and Solutions*. United Kingdom: Emerald Group.
- Hasan, A. (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Jakarta: CAPS.
- Hawkins, D. I., & Mothersbaugh, D. (2013). *Consumer Behavior (Twelfth ed.)*. Amerika, New York: Mc-Graw Hill Companies.
- Juliandi, A, Irfan, & Manurung, S. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU PRESS.
- Kadir. (2015). *Statistika Terapan: Konsep, Contoh, dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity Fourth Edition*. United States of America: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong. (2010). *Principles of Marketing, thirteenth edition*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran (Edisi Ketiga Belas)*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. (2013). *Manajemen Pemasaran Edisi 13*. Edinburgh Gate Harlow: Pearson.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Sukabumi: CV Al Fath Zumar.
- Ma'arif, N. N. (2008). *The Power of Marketing: Practitioner Perspective in Asia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahardika, I. M. (2015). *Metodologi Penelitian*. Surabaya: Unesa University Press Surabaya Anggota IKAPI.
- Manap, A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Moriarty, S., Mitchell, N., & Wells, W. (2009). *Advertising (Edisi Kedelapan)*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP.
- Morissan. (2015). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Nurfebiaraning, S. (2017). *Manajemen Periklanan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Poniman, B., & Choerudin, A. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.

- Pramudiana, Y., Ariyanti, M., & Rubiyanti, N. (2015). *Marketing Plan: Bagaimana Menganalisis dan Menyusunnya*. Bandung: Alfabeta.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Purnomo, R. A. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Rachbini, W., Sumarto, A., & Rachbini, D. (2018). *Statistika Terapan: Cara Mudah dan Cepat Menganalisis Data*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif: Analisis dan Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rossanty, Y., Dharma Tuah Putra Nasution, M., & Ario, F. (2018). *Consumer Behavior in Era Millennial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Santoso. (2016). *Statistika Hospital*. Yogyakarta: Deepublish.
- Schiffman, L., & K. L. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Shimp, T. A., & Andrews, J. (2013). *Advertising Promotion and Other Aspects of Integrated Marketing Communications*. South Western: Cengage Learning.
- Simamora, B. (2014). *Pemasaran Strategik*. Tangerang: Penerbit Universitas Terbuka.
- Sopiah, & Sangadji, E. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: Bumi Aksara.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharyadi, & Purwanto. (2009). *Statistika: Untuk Ekonomi dan Keuangan Modern Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sumarwan, U., & Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Jakarta: IPB Press.
- Supranto, & Limakrisna, N. (2011). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran untuk Memenangkan Persaingan Bisnis*. Bogor: Mitra Wacana Media.
- Suryati, L. (2019). *Manajemen Pemasaran: Suatu Strategi dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sutarno. (2012). *Serba-Serbi Manajemen Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Trott, S., & Sople, V. (2016). *Brand Equity an Indian Perspective*. New Delhi: PHI Learning Private Limited.
- Zikmund, W. G., & Babin, B. (2013). *Menjelajahi Riset Pemasaran*. Jakarta: Penerbit Salemba Empat.

Jurnal

- Adhikari, N. S. (2016). Effectiveness of Advertising and Sales Promotion on Buying Decision of Smartphones in Kathmandu Valley. *Journal of Business and Social Sciences Research (JBSSR)*, 169-184.
- Amalia, S., & Asmara Nst, M. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 660-669.
- Djatkiko, T., & Rezza Pradana. (2016). Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 221-227.
- Gifani, A., & Syahputra. (2017). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE OPPO PADA MAHASISWA UNIVERSITAS TELKOM. *Jurnal Bisnis dan Iptek*, 81-94.
- Moloku, S. O., Tampi, J., & Walangitan, O. (2019). Pengaruh Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Di IT Center Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 98-106.
- Rizan, M., Octariany Nauli, M., & 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)*, 101-118.
- Ruslim, A. C., & Tumewu, F. (2015). THE INFLUENCE OF ADVERTISEMENT, PERCEIVED PRICE, AND BRAND IMAGE ON CONSUMER BUYING DECISION TO ASUS MOBILE PHONE. *Jurnal EMBA*, 393-401.

Internet

Iman, Ahmad. Generasi Milenial Harus Bisa Ambil Peluang Seiring Perkembangan Teknologi Informasi. 23 April 2020. (<https://www.tribunnews.com/metropolitan/2019/03/15/generasi-milenial-harus-bisa-ambil-peluang-seiring-perkembangan-teknologi-informasi>)

Canalys. Indonesia Top Smartphone. 5 Januari 2020. (www.canalys.com)

Databoks. Pengguna Smartphone di Indonesia. 5 Januari 2020. (<https://databoks.katadata.co.id/>)

Herman. Ini Lima Merek Ponsel dengan Belanja Iklan Terbesar. 5 Januari 2020. (<https://www.beritasatu.com/ekonomi/489000/ini-lima-merek-ponsel-dengan-belanja-iklan-terbesar>)

Joshua. Melihat Tren Perkembangan Smartphone. 23 April 2020. (<https://www.merdeka.com/teknologi/melihat-tren-perkembangan-smartphone.html>)

Oppo Smartphone. 23 April 2020. (www.oppo.com)

Priceprice. Review Oppo di Indonesia. 1 Februari 2020 (<https://id.priceprice.com/>)