

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Armstrong, dan Kotler 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Penerbit PT. Indeks Gramedia, Jakarta.
- Armstrong, Gary & Philip, Kotler. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran* .Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Artika Romal Amrullah (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*. Vol.5 No.7, Juli 2016. (ISSN 2461-0593).
- Assauri, Sofyan. 2010. *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep Dan Strategi)*. PT.Grafindo Persada, Jakarta.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- <https://inet.detik.com/business/d-4663083/canalis-oppo-salip-samsung-di-pasar-indonesia-q2-2019>.
- Imam Febri Cahyadi (2014). Pengaruh Persepsi Harga, Atribut Produk dan Persepsi Risiko terhadap Keputusan Pembelian Susu Formula pada konsumen susu formula SGM di Kota Yogyakarta. Dalam Skripsi Universitas Negeri Yogyakarta. Hal 32-48. Diakses Tanggal 25 November 2016.
- Iryanita, R dan Sugiarto Y. 2013. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan). *Journal Of Management. Volume 2, Nomor 2*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/2654> .Diakses pada tanggal 08 Agustus 2018.
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P. dan Amstrong, G. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran 12th*. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2001. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta ; Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta, PT. Indeks Gramedia
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keempat Belas. Jakarta: Indeks 87.
- Lupiyoadi, Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- Muharam, W. dan Soliha, E. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Conference Paper*. Semarang. ISBN : 9-789-7936-499-93. <https://media.neliti.com/media/publications/172666-ID-kualitas-produk-citra-merek-persepsi-har.pdf> . Diakses pada tanggal 30 April 2018.
- Muharam, W. dan Soliha, E. 2017. Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Conference Paper*. Semarang. ISBN : 9-789-7936-499-93.
- Peter, J. Paul and Jerry C. Olson. 2008. *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Prawira. 2011. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Smartphone Samsung di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen*. Vol 7. No 1. Hal 1-21.
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Sugiyono. 2010. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Penerbit ALFABETA.
- Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya, Bandung.

Tjiptono. 2008. Strategi Bisnis Pemasaran. Yogyakarta: Andi.