

DAFTAR PUSTAKA

- Bearden, William O, Ingram Thomas N, LaForge Raymond W. 2004. *Marketing principles And perspectives*. The McGraw-Hills Companies. New York.
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Ombak.
- Delgado, E., Munuera, J.L. and Yague, M.J. (2003). *Development and validation of a brand trust scale*, *International Journal of Market Research*, Vol.45 No.1, pp. 35-54.
- Dhio Panji Pratama dkk, (2013) Pengaruh *Threat Emotions*, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Actifit. (Studi Kasus pada Lotte Mart Jl. Majapahit Semarang) *Diponegoro Journal of Social and Politic* Tahun 2013, Hal. 1-10 <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/6>
- Edda Christy Koes Novertiza, Imroatul Khasanah (2016) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek, Kepercayaan Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Bengkel Las Sinar Baru Di Jepara. **Volume 5, Nomor 2, Tahun 2016, Halaman 1-13** <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr> ISSN (Online): 2337-3792
- Erna, Ferrina Dewi. 2008. *Merek & Psikologi Konsumen*. Edisi Pertama, Cetakan Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu
- <http://smeaker.com/33101/perbandingan-oppo-a37-vs-samsung-galaxy-j5-prime-ada-kuat-layar-hd-5-0-inci-berkekuatan-ram-2gb/>
- <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2014>
- <http://m.inilah.com/news/detail/2358214/pertama-kali-oppo-rajai-pasar-smartphone-china>
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT.Indeks.
- Kasmir. 2006. *Kewirausahaan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Ed12. Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- _____ 2012. *Manajemen Pemasaran*, Ed14.. Penerbit PT Indeks: Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Alih bahasa Imam Nurmawan. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller 2007. *Manajemen Pemasaran*. Dialih Bahasakan oleh Benjamin Molan, Buku Kesatu. Edisi Kedua Belas. PT Indeks. Jakarta.

- Kotler,Amstrong. (2004), *Prinsip-prinsip Marketing*, Edisi Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- .Machfoedz, Mahmud. 2007. *Pengantar Bisnis Moderen*. Yogyakarta: Andi.
- Mudrajat K.2009. *Metode Riset untuk Bisnis &Ekonomi, edisi 3*, Jakarta,Erlangga.
- Peter, Paul J., Jerry C. Olson. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*. 9th Edition. McGraw Hill. 2010
- Purwati dkk (2012) dengan judul Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pemelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti) *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (JENIUS)VOL. 2 NO. 3 SEPT 2012 Politeknik Negeri Surabaya*
- Philius Mamahit dkk (2015) Pengaruh *Brand Image, Brand Trust* Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil TOYOTA *ALL New Yaris* Pada PT Hasjrat Abadi Manado.**Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi Volume 15 No. 05 Tahun 2015 Universitas Sam Ratulangi Manado**
- Rian Herdiani, 2012. Pengaruh *celebrity endorser, citra merk* Rabbani terhadap keputusan pembelian konsumen.*Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. 4 (2): 1- 12
- Schiffman, L.G dan Kanuk, L.L. *Cosumer Behavior*. Pearson Prentice Hall. United States of America. 2008.
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Sadu Sundaru. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta :Erlangga.
- Swastha, Basu dan T Hani Handoko, 2010. *Manajemen Pemasaran: Analisa dan Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE
- Tjahyyadi, Rully, Arlam. 2006. Brand Trust dalam Kontek loyalitas Merek: peran Karakteristik Merek, Karakteristik Perusahaan Dan Kharakteristik Hubungan Pelanggan Merek .''*Jurnal Manajemen*,Vol,6,No1.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta.
Merek, Karakteristik Perusahaan dan Karakteristik Hubungan Pelanggan- Merek
Jurnal-Manajemen. Vol. 6, No. 1.p. 63-76.
- Victor Supriadi (2013) Kualitas Produk, Merek, Dan, Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card di Manado.**Jurnal EMBA 831 Vol.1 No.4 Desember 2013, Hal. 831-840 Universitas Sam Ratulangi Manado**