

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker. David. 1991. *Managing brand equity; capitalizing on the value of a brand name*. New York, The Free Press
- Aaker. David. 1996. *Building strong brand*. New York, The Free Press
- Aries S., Najib B. Adisaputra. 2011. Pengaruh Brand Image speedy Telkom terhadap loyalitas pelanggan di Kecamatan Banyumanik Semarang. *Jurnal Jati, Undip Semarang Vol VI No.3*
- Arikunto, Suharsimi. 1996. *Prosedur Penelitian : Sut Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. 2016
- Azwar S, 2010. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Basu, S., DH dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Belch, G.E., and Belch, M.A. (2008), *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communication Perspective*. (6th ed.) New York. Irwin
- Cramer, Duncan. 2003. *Advanced Quantitative Data Analysis*. McGraw-Hill Education (UK).
- Danny, Alexander Bastina. 2014. Analisis 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*

- David, Harianto., 2013. Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai deja-vu Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(1).
- Dewi dan I Gusti. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Materialisme terhadap Loyalitas Merek Pengguna Produk Apple di Kota Denpasar. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana
- Djarmiko, T. and Salsabila, S., 2015. The Impact Of Factors Towards Online Brand Trust In Online Service Retailing (Case Study Applecoast Clothing). *Proceeding-SCBTII*, Vol.5, Telkom University
- Duncan, T. 2002. *IMC: Using advertising & Promotion to build brands*. International edition. New York: McGraw-Hill.
- Erwan dan Dyah, 2007. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Administrasi Publik dan Masalah-masalah Sosial*. Yogyakarta : Gava Media.
- Eva, Rahma, E.S., 2007. *Analisis pengaruh kualitas layanan dan citra merek terhadap minat beli dan dampaknya pada keputusan pembelian (studi pada pengguna telepon seluler merek sony ericson di kota Semarang)* (Doctoral dissertation, Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Multivariate dengan program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J., 2005. *Customer loyalty: Menumbuhkan dan mempertahankan kesetiaan pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

- Gujarati, Damodar N & Porter, Dawn C. 2012. Dasar-dasar Ekonometrika. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Harun Al. Rasyid, 2002. Metoda Sampling dan Penskalaan, Jurusan Statistika Universitas Padjajaran. Bandung.
- Hasan, M. Iqbal. 2002. Pokok-pokok Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Henslowe, Philip. 2000. The art and science of public relations. Vol.3. New Delhi; Crest Publishing House
- Hurlock, E. (2003). Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta : Erlangga. (Developmental Psychology : An Approach Throughout The Span of Life)
- Jahja, Yudrik. 2012. Psikologi Perkembangan. Jakarta: Kencana. Koshigaya. Osamu
- Kartajaya, H., 2007. *Boosting Loyalty Marketing Performance: Menggunakan Teknik Penjualan Customer Relationship Management, dan Servis untuk Mendongkrak Laba*. Mizan Pustaka.
- Kartono, Kartini., 1995. Psikologi Perkembangan Anak.
- Keller, Kevin Lane. 2008. Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Third edition. New Jersey. Pearson Education
- Korchia, Michael. 1999. A new typhology of brand image. European advances in consumer research. Vol.4.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). Principles of marketing (14 th edition). New Jersey: Pearson Education.

- Kotler, P., Keller, K. L. (2006). *Marketing Management*. New Jersey. Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip. (2000). *Marketing Management Millenium Edition*, 10th Edition. Upper Sadle River. New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- Liu, C.J. and Liang, H.Y., 2014. The deep impression of smartphone brand on the customers' decision making. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 109, pp.338-343.
- Maha, Ezeh, M.A.N. and Al-Azzawi, M., 2012. Students Brand Preferences Between Apple and Samsung Smartphone.
- Malhotra, N. K. 1996. *Marketing Research : An Applied Orientation*. 2nd Edition. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks.
- Marheni, Eka Saputri. 2014. PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KESETIAAN PENGGUNA SMARTPHONE IPHONE. *Jurnal Socioteknologi* Vol. 13, No.3., Bandung
- Mise, J.K., Chandrasekeran, N., Odhiambo, O., and Martin, O. 2013. Exploring the determinants of brand loyalty in global FMCG markets of soft drinks consumers in Kenya and India. *International journal of research in management*, 2(3), pp:1-15
- Mohammad, A. and Asrori, M., 2006. *Psikologi Remaja perkembangan peserta didik*. Jakarta: Bumi aksara.

- Mowen, J. C., & Voss, K. E. (2008). On building better construct measures: implications of a general hierarchical model. *Psychology & Marketing*, 25(6), 485-505.
- MUHAMMAD, K.L., 2015. PENGARUH HARGA, CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI KOTA SEMARANG. *Skripsi, Fakultas Ekonomi & Bisnis*.
- Ni Nyoman Ayu S.T.C.D., dan I Gusti Agung Ketut Gede S. 2014. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Materialisme terhadap Loyalitas Merek Pengguna Produk Apple di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*; 3(3)
- Papalia, D.E., 2008. *dkk Human Development*.
- Popoli, P., 2011. Linking CSR strategy and brand image: Different approaches in local and global markets. *Marketing Theory*, 11(4), pp.419-433.
- Praba, Sulistyawati. 2011. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ACER di Kota Semarang. *Jurnal Jati Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang*
- Salciuviene, L., Lee, K. and Yu, C.C., 2007. The impact of brand image dimensions on brand preference. *Economics & Management*.
- Santrock, J.W., 2002. Socioemotional development in early childhood. *Life-span development*, pp.253-254.
- Sarlito, Marvin, E., 2006. *TEORI teori psikologi*.
- Schiffman, L.G., Dan Leslie Lazar Kanuk (2004). *Consumer Behavior*.

- Schiffman, Leon G. and Kanuk, L.L. 2000. *Consumer behavior* (4th ed.). New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Setiadi, N.J. 2010. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Kencana
- Simamora, B., 2002. *Panduan riset perilaku konsumen*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudjana. 2005. *Metoda Statistika*. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta.
- Suwarni. 2011. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Loyalitas. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, (16)1, pp:76-8
- Ulber, S. 2009. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Umar, H., 2005. *Riset pemasaran & perilaku konsumen*.
- VanAuken, B., 2004. *The brand management checklist: Proven tools and techniques for creating winning brands*. Kogan Page Publishers.
- Wardhana, A. (2013). Positioning analysis of top brand digital products in Indonesia. *International Journal of Science and Research*, 4(10), 274-280
- Widyastuti, dkk. 2009. *Kesehatan Reproduksi*. Yogyakarta : Fitramaya.
- Yaqin, R.A., 2014. *Hubungan Penggunaan Smartphone Dengan Perilaku Berpacaran Mahasiswa Semester II D3 Keperawatan Di Politeknik Kesehatan Majapahit Mojokerto*. Kti D3 Keperawatan.

Yeh, C.H., Wang, Y.S. and Yieh, K., 2016. Predicting smartphone brand loyalty: consumer value and consumer-brand identification perspectives. *International Journal of Information Management*, 36(3), pp.245-257.