

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing On The Value Of a Brand Name*. New York: Free Press.
- Aaker, David, A. Dan Alexander, L.Biel. (2009). *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*. Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Abdullah, Thamrin & Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Adisaputro, Gunawan. (2010). *Manajemen Pemasaran : Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN : Yogyakarta.
- Admin. (2015). *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*. https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media. Diakses 19 oktober 2016.
- Admin. (2016). *Smartphone Usage In Indonesia*. <https://www.dionlinesurvey.com/en/2016/07/07/smartphone-usage-in-indonesia/>. Diakses 1 Maret 2017.
- Alma, Buchari. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah. (2013). *Metodologi Penelitian Manajemen : Disertai Contoh Judul Penelitian dan Proposal*. Malang: Bayumedia.
- Assauri, Sofjan. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Atmoko, Bambang Dwi. (2017). *Strategi OPPO Membangun Brand Image Smartphone Selfie*. <https://arenalte.com/ad/strategi-oppo-smartphone-selfie/>. Diakses 6 maret 2017.
- Backer, Elisa. (2010). *“Using Smartphone and Facebook in A Major Assessment: The Student Experience”*. *Ejournal*. Australia: University Of Ballarat.
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Kedua. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Daryanto. (2012). *Manajemen Pemasaran : Sari Kuliah*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera : Bandung.
- Dharma, Ngakan P. S. Adi & I Putu Gede Sukaatmadja. (2015). *Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan*

- Membeli Produk Apple. E-Jurnal Manajemen Unud*, Vol.4, No.10, 2015 h: 3228-3255.
- Fatlahah, Aniek. (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Es Krim Wall's Magnum*. Jurnal Ilmu Manajemen, Vol.1, No.2.
- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek & Psikologi Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Harjasiwi, Dara Patria. (2014). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Komunikasi dan Bisnis 2010-2013)*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis Vol.1 No.2, Hal 86-100.
- Hasan, Wahyu Noor. (2016). *Ini Jajaran Smartphone Oppo dari Awal Kehadirannya Hingga 2016*. <http://arenalte.com/life/rekomendasi/jajaran-smartphone-oppo/>. Diakses 1 november 2016.
- Ike-Elechi, Ogba dan Zhenzhen Tan. (2009). *Exploring The Impact of Brand Image on Customer Loyalty and Commitment in China*. *Journal of Technology Mangement China*. Vol.4 No.2, pp 132-144
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis : Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Refika Aditama
- Kartajaya, Hermawan. (2009). *New Wave Marketing The World is Still Round The Market is Already Flat*. Jakarta: Gramedia.
- Keller, Kevin Lane. (2003). *Strategic Brand Management, Building Measurement And Managing Brand Equity*. Upper Sadle River. NJ Pearson Education Internasional.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Penerbit Erlangga: Jakarta Kotler
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Principle Of Marketing*. Edisi Keempat Belas. United States of America: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas. Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2010). *Principles of Marketing*. edisi 13. United States of America: Pearson.
- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2012). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson Education.

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management 14th edition*. Harlow: Pearson Education.
- Kristianto, Paulus Lilik. (2011). *Psikologi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Kurniawan, Albert. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep & Praktik Penelitian Bisnis Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0*. Bandung: Alfabeta.
- Luthfi, Ahmad. (2014). *Di Indonesia, Smartphone Sudah Menjadi Kebutuhan Utama*. <http://techno.okezone.com/read/2014/05/13/57/984293/di-indonesia-smartphone-sudah-menjadi-kebutuhan-utama>. Diakses 19 oktober 2016.
- Mahardy, Denny. (2016). *Tumbuh Pesat, Oppo Duduki Urutan Ketiga Pasar Smartphone Indonesia*. <http://technologue.id/tumbuh-pesat-oppo-duduki-urutan-ketiga-pasar-smartphone-indonesia/>. Diakses 17 oktober 2016.
- Millward, Steven. (2014). *Indonesia Di Proyeksi Lampau 100 Juta Pengguna Smartphone Di 2018, Keempat Di Dunia*. <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-2018>. Diakses 19 oktober 2016.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen : Dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung : Alfabeta.
- Noor, Zulki Zulkifli. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish (CV.Budi Utama).
- Parengkuan, Valentine *et al.* (2014). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorsment Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Head and Shoulders Di 24 Mart Manado*. Jurnal EMBA. Vol.2 No.3. Hal 1792-1802
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. (2013). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Edisi 9. McGraw-Hill Education (Asia) and Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi. (2012). *Belajar Praktis Analisis Parametrik dan Non Parametrik dengan SPSS & Prediksi Pertanyaan Pendaftar Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Gava Media.
- Priyatno, Duwi. (2014). *SPSS 22: Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. ANDI
- Rangkuti, Freddy. (2009). *The Power of Brand's*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Riaz, Hafiza Ayesha. (2015). *Impact Of Brand Image On Consumer Buying Behavior In Clothing Sector: A Comparative Study Between Males And*

- Females Of Central Punjab (Lahore) And Southern Punjab (Multan*. Kuwait Chapter of Arabian Journal of Business and Management Review Vol. 4, No.9; May.
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sanjaya, Ryan. (2014). *Oppo Dinilai Hapus Citra Buruk Ponsel China*. <http://gadget.bisnis.com/read/20140419/280/220551/oppo-dinilai-hapus-citra-buruk-ponsel-china>. Diakses 21 januari 2017.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi dan Winda Julianita. (2011). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarwono, Jonathan. (2013). *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan dan Martadiredja, Tutty. (2008). *Riset Bisnis untuk Pengambilan Keputusan*. Yogyakarta: ANDI.
- Sekaran, Uma. (2011). *Research Methods for Business Edisi 1 dan 2*. Jakarta : Salemba Empat
- Shofianah, Ely et al. (2014). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Angkatan 2010/2011 dan 2011/2012 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya yang Membeli Produk Plastik Tupperware)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol.9, No.1, h:1-8.
- Silalahi, Ulber. (2009). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Siregar, Syofian. (2014). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: Lentera Ilmu Cendekia.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2014). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhasaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Nonparametrik*. Jakarta: Prenada Media.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian : Bisnis dan Ekonomi*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna dan Poly Endrayanto. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sukma, Deni. (2016). *Sepak Terjang Oppo Menguasai Pangsa Pasar Di Industri Smartphone*. <http://arenalte.com/berita/industri/sepak-terjang-oppo-kuasai-pasar/>. Diakses 10 november 2016.
- Sukma, Kadek Ayu D. S. K et al. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pembersih Wajah Men's Biore*. E-Jurnal Manajemen Unud. Vol.5, No.7, h: 4016-4043.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta : CAPS.
- Sunyoto, Danang. (2012). *Validitas dan Reabilitas*. Yogyakarta : Nuha Medika
- Sunyoto, Danang. (2015). *Strategi Pemasaran*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, Danang. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran: Panduan Riset Sederhana untuk Mengenali Konsumen*. Cetakan Pertama. Yogyakarta: CAPS.
- Sumarwan et al. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Kampus IPB Taman Kencana Bogor: IPB Press.
- Supriyadi et al. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Bisnis dan Manajemen. Vol.3. No.1. Hal 135-144
- Surachman S.A. 2008. *Dasar-Dasar Manajemen Merek*. Edisi Pertama. Malang Bayumedia Publishing.
- Suryani, Tatik. (2008). *Perilaku Konsumen; Implikasi pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2001). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta: Andi.

Walley, Keith., Paul Custance & Sam Taylor. (2007). *The Importance of Brand in The Industrial Purchase Decision: A Case Study of the UK Tractor Market*. Journal of Business & Industrial Marketing, 22(6), pp: 383-393.

Xuemei, Bian dan Luiz Moutinho. (2011). *The Role of Brand Image, Product Involvement, and Knowledge in Explaining Consumer Purchase Behavior of Counterfeits*, (online). Vol.45. (www.sciencedirect.com).

Yuniarti, Vinna Sri. (2015). *Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik*. Cetakan ke-1. Bandung: Pustakan Setia.

www.oppo.com/id (diakses 1 november 2016)

www.topbrand-award.com (diakses 1 november 2016)

www.statista.com (diakses 3 november 2016)