

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2011). Manajemen Ekuities Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek (Alih Bahasa: Aris Ananda). Jakarta: Spektrum Mitra Utama.
- Agung, A. (2012). Metodologi Penelitian Bisnis. Malang: UB Press.
- Budiastari, S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Beton Siap Pakai Holcim Di Jakarta. *Jurnal Dinamika Manajemen dan Bisnis*, 1(1), 87-106.
- Buttle, F. (2007). Customer Relationship Management (Manajemen Hubungan Pelanggan). Jakarta: Bayumedia.
- Cindy. (2020). Pangsa Pasar Smartphone Global diakses. 26 April 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/03/salip-huawei-samsung-kuasai-pangsa-pasar-smartphone-global-di-kuartal-ketiga-2020>
- Dewi, N. K., & SE, G. A. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen dalam Menggunakan Vaseline Hand and Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). *Sumber*, 6(1), 26.
- Dewi, N. Andri, G. Yonaldi, S. (2012). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand And Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di PT. Unilever Cabang Padang). *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 2, Mei 2012 ISSN: 2086-5031.
- Dini, N. (2020). Rentetan Samsung Soal Layar yang Dilaporkan Bermasalah. Diakses 27 April 2021 dari <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200629142230-185-518638/rentetan-samsung-soal-layar-yang-dilaporkan-bermasalah>
- Ghozali, I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2002). Customer Loyalty. Edisi Revisi dan Terbaru. Jakarta: Erlangga.
- Gujarati, D. (2003). Basic Econometrics Fourth Edition. New York: McGraw-Hill.
- Gultom, M., & Ngatno, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen Smartphone Samsung Di Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 169-178. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/26235>

- Hasan, A. (2009). Marketing Edisi Baru. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Hasan, A. (2013). Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Hurriyati. (2010). Pengertian Loyalitas menurut ahli. Diakses 26 April 2021 dari <https://www.pelajaran.co.id/2019/17/pengertian-loyalitas-karakteristik-dan-faktor-penentu-loyalitas-menurut-para->
- Jaya, I. (2010). Statistik Penelitian Untuk Pendidikan. Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Khoirunnisa. (2020). Samsung Brand Favorit Asia 9 Tahun Berturut-turut. Diakses 07 Juni 2021 dari <https://selular.id/2020/07/samsung-brand-favorit-asia-9-tahun-berturut-turut/>
- Philip, K., & Gary, A. (2008). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi Kedua Belas Jilid 1 (Alih Bahasa: Bob Sabran). Jakarta: Erlangga.
- Philip, K., & Kevin, L. (2009). Manajemen Pemasaran, Edisi ketiga Belas Jilid 1 (Alih Bahasa: Bob Sabran). Yogyakarta: Penerbit Erlangga.
- Philip, K., & Kevin, L. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi Dua Belas Jilid 2. (Alih Bahasa: Bob Sabran). Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2002). Manajemen Pemasaran Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Lidwina. (2021). Total pengiriman *Smartphone*. Diakses 26 April 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/01/30/pengiriman-smartphone-samsung-lampaui-apple-pada-2020>
- Lovelock, Christopher, dkk. (2010). Pemasaran Jasa: Perspektif Indonesia Jilid 2 (Alih Bahasa: Dian dan Devri). Jakarta: Erlangga.
- Peter, J. Paul, and Jerry, C. (2000). Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Cetakan Pertama Edisi Bahasa Indonesia. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Priansa, D. (2017). Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: Pustaka Setia.
- Priyatno, D. (2012). Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20. Yogyakarta: Andi Offset.
- Pusparisa. (2020). Penetrasi Ponsel Pintar di Indonesia. diakses 26 April 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>.

- Rizal, A., Fanani, D., & Pangestuti, E. (2016). Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Merek Nike di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 41(1), 57-64.
- Rizal, Afif. Fanani, Dahlan. Pangestuti, Edriana. (2016). Pengaruh *Brand Image* dan Persepsi Harga Terhadap Loyalitas Konsumen (Survei pada Mahasiswa Pengguna Sepatu Merek Nike di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Volume 41, Nomor 1, Desember 2016
- Rod, S. (2019). Samsung Digugat & Terancam Denda. Diakses 26 April 2021 dari <https://www.cnbcindonesia.com/tech/20190704145825-37-82748/diduga-bohongi-masyarakat-samsung-digugat-terancam-denda>
- Samsung.com/id. (2021). Misi dan Kultur Samsung diakses. 26 April 2021 dari <https://www.samsung.com/id/aboutsamsung/company/history/>
- Sangadji., Etta, M., dan Sopiah. (2013). Perilaku Konsumen: Pendekatan Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: ANDI.
- Simamora, B. (2011). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2014). SPSS Untuk Penelitian. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- Suwandi, Sularso, dan Suroso. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres di Kantor Pos Bondowoso dan Situbondo. ISSN : 1412-5366, e-ISSN : 2459-9816.
- Tjiptono, F., dan Gregorius, C. (2011). Service, Quality & Satisfaction Edisi 3. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen dan Strategi Merek. Yogyakarta: ANDI.
- Tomida, M., & Satrio, B. (2016). Pengaruh harga dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan produk Footwear Yongki Komaladi. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(7).
- Utama, A. (2016). Prinsip-Prinsip Marketing. Yogyakarta: Graha Cendekia.

Venessa, I., & Arifin, Z. (2017). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-B. Jurnal Administrasi Bisnis, 51(1), 44-48.

Yusuf, A. (2017). Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Kencana.