



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi: Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Ardianto, Elvinaro. 2014. *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Simbiosis Reketama Media.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial & Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, John W. 2014. *Research design pendekatan kualitatif, kuantitatif, dan mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Durkheim, Emile.1964. *The Rules, of Sociological Method*. New York: Free Press.
- Effendy, Onong Uchjana.2003. *Ilmu Teori dan filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P.W.1995. *Consumer Behavior. Eight edition*. Orlando: The Dryden Press.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Undip.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS 21*. Edisi 7, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Alih Bahasa : Haris Munandar. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Marketing Management Millenium Edition. Tenth Edition*. America : Pearson Prentice Hall.
- Keller, Kevin Lane. 2008. *Strategic Brand Management : Building, Monitoring, and Managing Brand Equity Third Edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall.
- Keller, Kevin Lane. 2013. *Strategic Brand Management Building Measuring and Managing Brand Equity 4th edition*. USA, Pearson Education.
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana Prenada Media. Jakarta.

- Lincoln, Yvonna S & Egon G. Guba. 1985. *Naturalistic Inquiry*. California: Sage
- Lupiyoadi .2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta : Salemba Empat.
- Rangkuti, F. 2004. *The Power of Brands - Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Schiffman & Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen. Edisi 7*. Jakarta: Indeks
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Zulganef. 2006. *Pemodelan Persamaan Struktur dan Aplikasinya menggunakan AMOS 5*. Bandung : Pustaka.

Internet

- Jeghesta,Manuel.2017.<https://autotekno.sindonews.com/read/1233753/122/samsung-pastikan-baterai-galaxy-note-8-tak-akan-meledak-1503643556>, diakses tanggal 10 September 2017
- Libria, Andina. 2017. <http://tekno.liputan6.com/read/3069408/ini-perbandingan-samsung-galaxy-note-8-dan-note-7>, diakses tanggal 10 September 2017
- Maulida, Raehan. 2016. <http://tekno.liputan6.com/read/2623125/samsung-setop-penjualan-galaxy-note-7-secara-global>, diakses tanggal 15 Juni 2017
- <https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share/vendor>
(diakses tanggal 11 Mei 2017)
- <http://www.konsistensi.com/2014/06/uji-regresi-sederhana-dengan-spss.html> (diakses tanggal 15 September 2017)
- <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-teori-sor-komunikasi-menurut.html> (diakses tanggal 15 September 2017)
- <http://teknikelektronika.com/pengertian-analisis-korelasi-sederhana-rumus-pearson/> (diakses tanggal 18 September 2017)
- <http://www.samsung.com/id/aboutsamsung/company/history/>
(diakses tanggal 12 September 2017)

Jurnal

- Gultom, Fauziyah. 2015. “Pengaruh *Brand Image* Terhadap Keputusan Konsumen dalam Menggunakan Jasa TIKI di Jalan Dr. Mansyur, Medan. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. Diakses pada 8 Agustus 2017 https://jurnal.usu.ac.id/index.php/Jurnal_niaga/article/view/12669
- Musanto, Trisno. 2004. Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan: Studi Kasus pada CV. Media Advertising Surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 6. pp. 123-136.
- Wijaya, B. S. 2013. “*Dimensions of Brand Image: A Conceptual Review from the Perspective of Brand Communication*. *European Journal of Business and Management*”, 5 (31) : 55-65. DOI: 10.13140/ejbm.2013.55.65. Diakses pada 12 Oktober 2017. <http://repository.bakrie.ac.id/153/1/KOM-Artikel-007%20Dimensions%20of%20Brand%20Image%20A%20Conceptual%20Review.pdf>

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA