

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Subagyo. (2010). *Marketing In Business*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- Alim, Zaenal. 2010."Pelaksanaan *Sponsorship* Dampaknya terhadap *Brand Image* pada Clothing Linecolth Sumur Bandung".
- Duncan, Tom, 2005, *Principle Of Advertising and IMC, International Edition, Edisi Kedua*, McGrawHill, New York.
- Evawati (2012), Kualitas Produk dan Citra Merek (*Brand Image*) MC Donald : Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19 (edisi kelima)*. Penerbit : UNDIP, Semarang.
- Gunawan, Christian Dicky. 2015. *Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image (Studi Kasus pada Brand Ambassador Ariel "Noah" pada Produk Vaseline Men di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha*.
- Hendra, Nata dan Ariesyia Aprillia. 2013."Pengaruh *Country Of Origin* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Produk *Smartphone* dan Tablet Samsung di Universitas Kristen Maranatha).
- Herly Winanrti. 2006. pengaruh *Sport Sponsorship* Terhadap Respon Sponsorship dan *Corporate Image*. Skripsi-Skripsi FE UGM (tidak dipublikasikan).
- Hikmah *et a.*,2016. Analisis Pengaruh *Country Of Origin, Familiarity* dan *Worldmindedness* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Pizza Hut* Di Kabupaten Jember. Artikel Ilmiah Mahasiswa 2016.
- Jalilvand, Reza Mohammad. 2012. *The effect of electronic word of mouth on brand Image and purchase intention. Marketing Intelligent & Planning* 30 (4), pp:460-476.
- Juliansyah Noor. (2012). *Metodologi Penelitian : Skripsi, thesis, disertasi & karya ilmiah .Edisi Pertama Cetakan Kedua*.Jakarta : Prenada media group
- Keegen, Warren J. dan Mark. C. Green. 2013. *Global Marketing*. Harlow:Pearson.
- Kotabe, Masaki, dan Kristian Helsen. Helsen. 2011. *Global Marketing Management fifth edition*. Wiley : john Wiley & Sons.
- Kotler & Keller, 2012. *Marketing Management (14 Edition)* Prentice Hall ; New JerseyEW
- Lea-Greenwood, Gaynor. 2012. *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA:Wiley.
- Listiana, Erna, dan Sri Syabanita Elida. 2014. Pengaruh *Country Of brand* dan *Country Of Origin* Terhadap *Asosiasi Merek* (Studi Pada Pelanggan Produk Elektronik). *Media Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 29, No. 1, Januari 2014, pp, 1-14.
- Nursanti, Aida. 2011. Pengaruh *Event Sponsorship* Terhadap *Brand Image* Rokok A-Mild Pada PT. HM SAMPOERNA TBK. Cabang Pekanbaru, *Jurnal Ekonomi*, Vol 19, No 01 (2011).

- Olkkonen Rami.2006. *Fading configurations in inter-organizational relationship: a case study in the context of cultural Sponsorship*.*Jurnal of Business & Industrial Marketing* 23 (3), pp:203-121.
- Permadi 2014, dkk. Pengaruh Citra Merek Terhadap *Word Of Mouth* Dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis(JAB)*, 10(1), 1-7.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan strategi Pemasaran. Buku 1. Edisi 9*. Salemba Empar. Jakarta.
- Pratama, widiagil yuli dan Muhammad Edwar. 2016."Pengaruh *Brand Image* Terhadap keputusan pembelian motor Honda Beat". *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)*. Vol.3, No, 3, (2016).
- Rangkuti, 2004. *The Power of Brands – Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka
- Rizqii, Moein Harahap. 2012.Pengaruh *Event Sponsorship* Djarum Badminton Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roko Djarum Super Di Kecamatan Sukasari Kota Bandung.
- Schiffman, Leon G and Kanuk, Leslie Lazar .2010. *Consumers Behavior, Global Edition, Tenth Edition*. Pearson.
- Shimp, Terence, A. (2003) . *Periklanan Promosi: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Dialih bahasakan oleh Revyani Sahrial, Dyah Anikasari. Jakarta: Erlangga.
- Shimp, Terence, A. 2007, *Integrated Marketing Communication In Advertising and Promotion*, Edisi Ketujuh, New York, McGrawHill.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Statistik Untuk Penelitian*. Penerbit : Alfabeta, Bandung.
- Tati, Putri wahyu, Suharyono dan Edy Yulianto. 2015. Pengaruh *Country Of Origin* dan *Global Brand Image* Terhadap Miant Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli *Smartphone* Samsung Galaxy di Asia Tenggara). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* Vol.25 No. 1 Agustus 2015.
- Vianita, Shabrina., dan Febrina Rosinta. 2014. Pengaruh *Country of Origin* Terhadap *Brand Image* Kosmetik Korea Selatan Pada Mahasiswi Program Sarjana FISIP UI (Studi Pada Pembelian *Online* dan *Offline* Merek Etude House.
- Wahyuni, Ainur. 2010. "Pengaruh *Brand Image* Terhadap keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Yusiana, Rennyta dan Rifaatul maulida, 2015."Pengaruh Gita Gutawa Sebagai *Brand Ambassador* Pond's Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswi Universitas Telkom Jurusan D3 Manajemen Pemasaran)

Sumber Internet :

<http://tekno.liputan6.com/read/2513365/jadi-penguasa-pasar-q1-2016-samsung-jual-81-juta-unit-smartphone>. Diakses pada tanggal 1 Maret 2017, pukul 12:30 WIB.

<http://www.pugam.com/3897/pangsa-pasar-apple-menurun-di-kuartal-kedua-2016/> Diakses pada tanggal 1 Maret 2017, pukul 12:30 WIB.

<https://amanz.id/201613196/> Diakses pada tanggal 1 Maret 2017, pukul 12:30 WIB.

<https://rsinewsupdate.wordpress.com/2017/02/21/market-share-smartphone-global-pada-q4-2016-siapa-yang-memimpin-pasar/amp/> Diakses pada tanggal 1 Maret 2017, pukul 12:30 WIB.