

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurahman, Maman, Sambas Ali Muhidin, & Ating Somantri (2011). *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian* (cetakan I). Bandung: Pustaka Setia
- Ariaputra, Arta & Alvin Indra. (2010). *Peran Customer Information Exposure, Advertising, dan Product Knowledge Quipanel Terhadap Impulse Purchasing Behavior*. Skripsi pada Universitas Bina Nusantara: Tidak diterbitkan
- Asmaharani, Dili.(2008). *Analisis Pengaruh Brand Image dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Giant Hypermarket Villa Melati Mas*. Skripsi pada Universitas Bina Nusantara: Tidak diterbitkan.
- Destiarista, E & Sri Rahayu T. (2011) Analisis Pengaruh, Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen, Vol 13 No. 1. Jurnal Universitas Diponegoro (<http://ejournal-s1.undip.ac.id>)
- Ghazali, Imam. (2012). *Structural Equation Modeling Teori, Konsep dan Aplikasi dengan Program Lisrel 8.80* (Edisi ke-3). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hair, Joseph F, Mary Wolfinbarger, Atrhur H Money, Philip Samouel, Michael J Page. (2011). *Essential of Business Research Methods* (2nd ed). Armonk, New York: M.E Sharpe
- Heryadi, Willy. (2011). *Analisis Hubungan Antara Brand Image dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Quarry pada PT. Luvin Indonusa*. Skripsi pada Universitas Bina Nusantara: Tidak Diterbitkan
- Heidarzadeh, Kambis & Sara Ghafelehbash. (2012). The Role of Product Involvement, Knowledge and Perceptions in Consumer Purchase Behaviour of Counterfeits: Perspective Islamic Country. *Journal of Basic and Applied Scientific Research* 2(1)418-425. (www.emeraldinsight.com)

- Latan, Hengky. (2012). *Structural Equation Modeling. Konsep dan Aplikasi Menggunakan LISREL 8.80*. Bandung: Alfabeta
- Keller, Kevin Lane. (2008). *Strategic Brand Management* (3th ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management* (14th ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed). Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall
- Kusnendi. (2008). *Model-model Persamaan Struktural Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta
- Kusumah E, Mida. (2008). *Analisis Pengaruh Brand Image TelkomFlexi Terhadap Perilaku Pembelian SIMcard Flexi (Studi Kasus PT. TELKOM, Tbk Kancatel Kendal*. Skripsi pada Institut Pertanian Bogor: tidak diterbitkan
- Nan-Hong Lin. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Proce Discount. *Journal of International Management Studies*, 121-132. (www.emeraldinsight.com)
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta
- Nurcahyana, Denny. (2010). *Analisis Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Kamera Canon DSLR di Kota Semarang*. Skripsi pada Universitas Diponegoro: tidak diterbitkan.
- Peter, J. Paul & Jerry C. Olson. (2010). *Consumer Behaviour & Marketing Strategy* (9th ed.) New York, America: Mc Graw Hill.

- Roslina. (2009). Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Pembelian Produk. *Jurnal Bisnis & Manajemen*, Vol.X No.2, Hal 200-215. (www.google.com)
- Sekaran, Uma. (2007). *Research Methods for Business. Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (edisi 4, buku 1). Jakarta: Salemba Empat
- Sekaran, Uma. (2007). *Research Methods for Business. Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. (edisi 4, buku 2). Jakarta: Salemba Empat
- Shah, Syed Saad Hussain, et al. (2011). The Impact of Brands on Consumer Purchase Intentions. *Asian Journal Of Business* 4(2): 105-110. (www.emeraldinsight.com)
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulsityawati, Praba. (2010). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Jurnal Universitas Diponegoro Semarang*. (<http://ejournal-s1.undip.ac.id>)
- Tambunan, Kristya & Ibnu Widiyanto. (2012). Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bandeng Presto. *Diponegoro Journal Of Management*, Vol. 1 No.2, hal 58-66. (<http://ejournal-s1.undip.ac.id>)
- Tjiptono, Fandy. (2011). *Manajemen dan Strategi Merek*. Yogyakarta :Penerbit Andi
- Wang, Xuehua & Zhilin Yang. (2010). The Effect of Brand Credibility on Consumer's Brand Purchase Intention in Emerging Economies : The moderating Role of Brand Awareness and Brand Image. *Journal of Global Marketing*, 23:177-188. (www.emeraldinsight.com)

<http://swa.co.id/business-strategy/marketing/rim-perlebar-pintu-kredit-blackberry-di-indonesia> diakses pada tanggal 11 September 2012 pada pukul 21.25 WIB

<http://swa.co.id/business-strategy/marketing/lima-strategi-rim-mempertahankan-posisinya-di-indonesia> diakses pada tanggal 11 September 2012 pada pukul 21.25 WIB

<http://gs.statcounter.com/> diakses pada tanggal 16 September 2012 pukul 12.45 WIB

<http://jabar.tribunnews.com/ekonomi/bisnis/tribunbiz/blackberry-masih-kuasai-pasar-smartphone-> diakses pada tanggal 16 September 2012 pada pukul 07.10WIB

<http://apasajakah.blogspot.com/2012/06/rim-bangkrut-penjualan-blackberry>

<http://www.wowkeren.com/berita/>

www.republika.co.id diakses pada tanggal 16 September 2012 pada pukul 10.15 WIB

<http://www.rim.com/company/> diakses tanggal 16 September 2012 pukul

<http://id.scribd.com/doc/40472740/Consumer-Behaviour-and-Marketing-Strategy-Peter-Olson-Chapter-004>

LAMPIRAN