

DAFTAR PUSTAKA

- AHL. (2014). *Pengguna Internet di Indonesia Meningkat Karena Smartphone Murah*. Retrieved from <https://techno.okezone.com/read/2014/05/13/55/984284/pengguna-internet-di-indonesia-meningkat-karena-smartphone-murah> (Diakses pada 15 Oktober)
- Ali, H. &. (2015). Effect of Store Atmosphere on Consumer Purchase Intention. *International Journal of Marketing Studies*, Vol.7,No.2, 2015.
- Andi, D. (2018). *OPPO Akan Tambah Brand Ambassador Lagi Siapakah Yang Terpilih*. Retrieved from <http://mobitekno.com/read/2018/11/06/oppo-akan-tambah-brand-ambassador-lagi-siapakah-yang-terpilih/> (Diakses pada 18 November)
- Anonymous. (2018). Retrieved from <https://www.oppo.com/nz/> (Diakses pada 15 Oktober)
- Anonymous. (2018). *Press TrendForce*. Retrieved from <https://press.trendforce.com/node/view/3067.html>. (Diakses pada 17 November)
- Arora, D. R. (2017). Analysing the Effect of Brand Ambassador On Purchase Decision & Consumers Behaviour of the Telecom Sector. *Head, Bachelor of Business Administration, Faculty of Commerce & Management, Bhupal Nobles University, Udaipur, Rajasthan*, Vol-3 Issue-3 2017.
- Backer, Elisa. (2010). Using Smartphone and Facebook in A Major Assessment: The Student Experience. *Ejournal*, Australia: University Of Ballarat.
- Chinomona, R., Okoumba, L., & Pooe, D. (2013). The Impact of Product Quality on Preceived Value, Trust and Students' Intention to Purchase Electronic Gadgets. *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 4(14), 463-472.
- Doucett, Elisabeth. (2008). *Creating Your Library Brand, Communicating Your Relevance and Value to Your Patrons*. Chicago: American Library Association (E-books).
- Ellyada, Wiratmojo, Y. Bambang. (2013). Pengaruh Daya Tarik Brand Ambassador Dan Daya Tarik Jingle Versi Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Magnum Classic Dikalangan Mahasiswa-Mahasiswi ISI Yogyakarta. *Jurnal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.

- Fandy Tjiptono. (2005). *Pemasaran Jasa, Edisi Pertama*. Yogyakarta: Bayumedia Publishing.
- Gautnom, D. (2013). Influence of Brand Ambassadors on Buying Behavior of Soft Drinks (Study of Belgaum City). Vol. 1, Issue 4, Sep 2013, 9-18.
- Ghozali, I. (2009). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : UNDIP.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Prgram IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VII*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hawkins. (2001). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Hendra, D. (2018). <https://swa.co.id/swa/trends/strategi-oppo-dan-advan-hadapi-persaingan-bisnis-smartphone>.
- Imam, G. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT Refika Aditama.
- J. Setiadi, Nugroho, SE., MM. (2003). *"Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitiian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kertamukti, Rama. (2015). *Strategi Kreatif Dalam Periklanan: Konsep, Media, Branding, Anggaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Khan, Afsheen, & Lodhi, Samreen. (2016). Influence Of Celebrity Endorsement On Consumer Purchase Decision: A Case Of KARACHI. *Imperial Journal of Interdisciplinary Recsearch*, Vol.2 2016: 102-111.
- Kinjal, Sidrath, & Yuvraj. (2016). Impact of Brand Ambassador On Consumer Shopping Behavior On Online Portals. *Reflections Journal of Management (RJOM)*, Vol.15, Januari, 2016.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, Klen. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13. Jilid I dan II*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip., & Amstrong, Gray. (2004). *Principle of Marketing 15th Edition*. Inggris: Pearson Education.

- Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. (2013). *Marketing Management 14th Edition*. Inggris: Pearson Education.
- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications E-book*. Somerset, NJ, USA: Wiley.
- Lee Monle & Johnson Carla. (2004). *Principles of Advertising: A Global Perspective, The Haworth Press, USA*. Alih Bahasa: Aris Munandar & Dudy Priatna. Jakarta: Prenada Media.
- Limardjo, R. J. (2018). *Pasar Smartphone Lesu Pengapalan OPPO, Vivo, Xiaomi Naik*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20181102180912-185-343584/pasar-smartphone-lesu-pengapalan-oppo-vivo-xiaomi-naik> (Diakses pada 17 November)
- Magdalena, Puspita Astria & Suharyono, Mukhammad. (2015). Pengaruh Brand Ambassador terhadap International Brand Image serta dampaknya terhadap Keputusan Pembelian. *Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 23 No. 1 Juni 2015*.
- Miftah, A. (2018). *Dampak Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Perilaku Remaja di Indonesia*. Retrieved from <https://www.kompasiana.com/arief91491/5b5074d05a676f2b45271638/dampak-perkembangan-teknologi-informasi-dan-komunikasi-terhadap-perilaku-remaja-di-indonesia?page=all>
- Morrisan. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Edisi 1*. Jakarta: Kencana.
- Muhtadin, Muh. Sabilal. (2017). Pengaruh Brand Ambassador terhadap Brand Image Shampo Pantene di Bandung. *Prodi S1 Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika, Fakultas Ekonomi Bisnis, Universitas Telkom*.
- Mulyatiningsih, E. (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Nawawi, H. (2001). *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Bisnis yang Kompetitif, Cetakan Keempat*. Yogyakarta: Gadjah Mada University.
- Nawawi, H. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Gadjah Mada Offset.
- Pamekar, A. G. (2015). *R7 Edisi Special Bagi Penggemar Li Yifeng*. Retrieved from <http://tekno.kompas.com/read/2015/06/21/15580537/R7.Edisi.Special.bagi.Penggemar.Li.Yifeng> (Diakses pada 14 Oktober)

- Putra, Muh. Ikhsan & Abdillah, Suharyono Yusri. (2014). Pengaruh brand ambassador terhadap brand image serta dampaknya terhadap keputusan pembelian (Survei Pada Pengguna Line di Asia). *Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia.*, Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 12 No. 1 Juli 2014.
- Rachmatianti, Dinda Niken. (2014). Pengaruh Brand Personality Terhadap Minat Beli (Studi Pada Merek Kosmetik Maybelline New York). *Program Studi Ilmu Administrasi Niaga, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, FISIP UI 2014.*
- Royan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities "Selebriti Dalam Iklan dan Strategi Selebriti Memasarkan Diri Sendiri.* Jakarta: Alex Media.
- Sekaran, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Bisnis.* Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2013). *Research Methods for Business.* United Kingdom: Jhon Wiley & Sons Ltd.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods).* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Cetakan Kedua Puluh).* Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, W. (2015). *SPSS Untuk Penelitian.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutojo, Siswanto. (2004). *Membangun Citra Perusahaan.* Jakarta: PT Damar.
- Xian, Li Guo. (2011). Corporate, Product, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions The Mediating Role of Cognitive and Affective attitudes. *International Journal.*
- Yusuf, O. (2018). *5 Vendor Smartphone terbesar di Indonesia.* Retrieved from <https://tekno.kompas.com/read/2018/04/05/12123227/5-vendor-smartphone-terbesar-di-indonesia> (Diakses pada 14 Oktober)