

DAFTAR PUSTAKA

- Abel, G., & Arthur, J. H. (2018). Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision. *Analysis of Promotion and Product Differentiation of Jukajo on Consumer Purchase Decision*, 1.
- Afif, Z. H. (2017). Analisis Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Persepsi Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Jasa Cottage Daarul Jannah Bandung. 1.
- Agusty, A. (2015). The Influence of Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association and Brand Loyalty toward Customer Purchase Decision to Choose Garuda Indonesia Airlines. *The Influence of Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Association and Brand Loyalty toward Customer Purchase Decision to Choose Garuda Indonesia Airlines*, 1.
- Ansari, G., Umar, M. G., & Ghafoor, A. K. (2019). Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. *Sinoka . Impact of Brand Awareness and Social Media Content Marketing on Consumer Purchase Decision. Sinoka* , 1.
- Apple Inc. (2019). *Apple Inc.* Diambil kembali dari <http://www.apple.com>
- Daily Social Id. (2018, 2 19). *Daily Social Id.* Diambil kembali dari [dailysocial.id: https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017](https://dailysocial.id/post/apjii-survei-internet-indonesia-2017)
- detikinet. (2019, Januari 2). *detikinet.* Diambil kembali dari <http://www.inet.detik.com>
- Driand, J., & Hendra, N. (2015). Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT.Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Produk dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola pada PT.Bangun Wenang Beverges Company di Manado*, 1.
- Ekrut Media. (2018, 7 6). *Ekrut Media.* Diambil kembali dari [ekrut.com: https://www.ekrut.com/media/pengguna-internet-indonesia-habiskan-5-5-jam-per-hari-dengan-ponsel](https://www.ekrut.com/media/pengguna-internet-indonesia-habiskan-5-5-jam-per-hari-dengan-ponsel)
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- IDNTimes. (2017, 07 24). *6 keunggulan samsung.* Diambil kembali dari [www.idntimes.com: https://www.idntimes.com](https://www.idntimes.com)
- Indrawati. (2018). Metode penelitian kualitatif manajemen dan bisnis konvergensi teknologi informasi dan komunikasi. In Indrawati, *Metode penelitian kualitatif*

manajemen dan bisnis konvergensi teknologi informasi dan komunikasi (p. 169). Bandung: Refika.

Jingga, S., & Wibowo, A. (2015). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian*, 1.

Kementrian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2015, Oktober 2). *Kominfo*. Diambil kembali dari <http://www.kominfo.go.id>

Kompas.com. (2019, Maret 1). *Kompas.com*. Diambil kembali dari <http://www.tekno.kompas.com>

Kotler, & Armstrong. (2018). *Principle of Marketing*. United Kingdom: Pearson.

Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. Essax, England: Pearson Education.

Liputan 6. (2019, Maret 1). *Kelebihan iPhone dibanding Android*. Diambil kembali dari Liputan 6.com: <http://www.liputan6.com>

Liputan6. (2014, 08 19). *mengungkap 8 kelemahan iphone* . Diambil kembali dari www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com>

Liputan6.com. (2016, Oktober 18). *7 Alasan Kenapa Iphone Lebih Cocok Untuk Wanita*. Diambil kembali dari Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/citizen6/read/2629227/7-alasan-kenapa-iphone-lebih-cocok-untuk-wanita>

Liputan6.com. (2017, November 21). *Survei: Remaja Suka Iphone, Orang Dewasa Pilih Samsung*. Diambil kembali dari www.liputan6.com: <https://www.liputan6.com/tekno/read/3170375/survei-remaja-suka-iphone-orang-dewasa-pilih-samsung>

Marketing.co.id. (2015, november 14). *Kiat Menciptakan Loyalitas Pelanggan Ala Apple*. Diambil kembali dari marketing.co.id: <https://marketing.co.id/kiat-menciptakan-pelanggan-setia-ala-apple/>

Nazly, E. N. (2011). Pengaruh Diferensiasi Produk Blackberry Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Institut Manajemen Telkom Bandung Angkatan 2008-2010 Tahun 2011. *Pengaruh Diferensiasi Produk Blackberry Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Institut Manajemen Telkom Bandung Angkatan 2008-2010 Tahun 2011*, 1.

okefinance. (2019, Mei 24). *okefinance*. Diambil kembali dari <https://economy.okezone.com>

Oketechno. (2016, Februari 4). *Oketechno*. Diambil kembali dari <http://techno.okezone.com>

- Perera, & Dissanayake. (2013). The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Brand Perceived Quality on Female Consumer's Purchase Decision of Foreign Makeup Products. *The Impact of Brand Awareness, Brand Association and Brand Perceived Quality on Female Consumer's Purchase Decision of Foreign Makeup Products*, 1.
- Politica Wave.com. (2014, 2 6). *Politica Wave.com*. Diambil kembali dari politicawave.com: <https://politicawave.wordpress.com/2014/02/06/pengguna-media-sosial-di-jawa-barat/>
- Presilia, A. L. (2018). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada PT. Niion Indonesia Utama Tahun 2018). *Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada PT. Niion Indonesia Utama Tahun 2018)*, 1.
- Reza, M. A. (2016). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Pegawai Kantor Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kalimantan Timur). *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda (Studi Kasus Pada Pegawai Kantor Dinas Pendapatan Daerah Provinsi Kalimantan Timur)*, 1.
- Riduansyah, M., & Arifin, Z. (2016). Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli sepatu merek Adidas di Adidas Store Mall Olimpyc Garden Malang). *Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek dan Kesan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli sepatu merek Adidas di Adidas Store Mall Olimpyc Garden Malang)*, 1.
- Rizki, F. M. (2013). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko KRAPHA. *Pengaruh Diferensiasi Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Toko KRAPHA*, 1.
- SCRIBD. (2014, November 14). *Manajemen Strategik Apple Inc*. Diambil kembali dari SCRIBD: www.scribd.com
- Setiawantoro, M. (2012). Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Berbasis Android di Kota Bandung Tahun 2012. *Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Berbasis Android di Kota Bandung Tahun 2012*, 1.
- Sofian. (2017). Metode Penelitian Survei. In Sofian, *Metode Penelitian Survei* (p. 125). Jakarta: LP3ES.
- suara.com. (2019, 05 01). *popularitas iphone semakin pudar*. Diambil kembali dari www.suara.com: <http://www.suara.com>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan : Kuantitatif, Kualitatif Kombinasi, R dan D, dan Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistiyo, D. S. (2018). Analysis of Product Differentiation Strategy and Its Complications Towards Position Advantage on Costumer Purchase Decision. *Analysis of Product Differentiation Strategy and Its Complications Towards Position Advantage on Costumer Purchase Decision*, 1.
- Sumanto. (2014). Statistika Deskriptif. In Sumanto, *Statistika Deskriptif* (p. 170). Yogyakarta: CAPS.
- Sunyoto, D. (2015). Strategi Pemasaran. Dalam D. Sunyoto, *Strategi Pemasaran* (hal. 18). Yogyakarta: CAPS.
- Swara, A. (2014). Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rexona (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Deodorant Rexona di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom 2014). *Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Rexona (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Deodorant Rexona di Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom 2014)*, 1.
- Tribun News. (2017, Februari 8). *Bangkapos.com*. Diambil kembali dari <https://bangka.tribunnews.com>
- Tumanggor, R. (2018). Pengaruh Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pelanggan Indihome di Kota Bandung 2018). 1.
- www.jalantikus.com. (2017, 11 16). *6 Alasan Orang Beli Iphone X yang Harganya Super Mahal*. Diambil kembali dari jalantikus: <https://jalantikus.com/gadgets/alasan-orang-beli-iphone-x/>
- www.tekno.kompas.com. (2018, September 15). *Apple ingin Iphone Bisa Dimiliki Semua Orang*. Diambil kembali dari www.kompas.tekno.com: <https://tekno.kompas.com/read/2018/09/15/15340027/apple-ingin-iphone-bisa-dimiliki-semua-orang>
- www.tekno.tempo.co. (2018, Januari 22). *Ilmuwan Ungkap Usia Remaja yang Baru: 10 sampai 24 Tahun*. Diambil kembali dari www.tekno.tempo.co: <https://tekno.tempo.co/read/1052899/ilmuwan-ungkap-usia-remaja-yang-baru-10-sampai-24-tahun>
- Zikmund, & Babin. (2013). Essentials of Marketing Research -5/E. In Zikmund, & Babin, *Essentials of Marketing Research -5/E* (p. 356). China: South-Wester Cengage Learning.