

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah , W; Jogiyanto. (2015). *Partial Least Square Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Andi.
- Abdillah, W. (2018). *Metode Penelitian Terpadu Sistem Informasi Pemodelan Teoritis, Pengukuran dan Pengujian Statistis*. (R. I. Utami , Ed.) Yogyakarta: Andi.
- Agustin, C., & Singh, J. (2005). Curvilinear Effects of Consumer Loyalty Determinants in Relational Exchanges. *Journal of Marketing Research*.
- Ahimsa, R. (2018, September). *5 Merek Ponsel Sub-Brand yang Gak Kalah Keren dari Merek Terkenal*. Retrieved December 2019, from idntimes.com: Namun di Indonesia, produk *smartphone* pada tahun 2018 lebih didominasi oleh kedatangan sub brand seperti Realme yang merupakan sub brand Oppo, Honor sub brand Huawei dan Pocophone sub brand Xiaomi
- Altindag, E., Zehir, C., & Acar , A. Z. (2011). *Strategic Orientations and Their Effects on Firm Performance in Turkish Family Owned Firms* (Vol. 1). (18-36, Ed.)
- Anggraeni, L. (2019, Mei). *Apple Laporkan Pendapatan Rp828,6 Triliun*. Retrieved December 2019, from medcom.id: <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/9K5E1q0K-apple-laporkan-pendapatan-rp828-6-triliun>
- (2020). Retrieved Januari 2020, from Apple Indonesia: <https://www.apple.com/id/>
- Azize, S., Cemal, Z., & Hakan, K. (2012). *Does brand communication increase brand trust? the empirical research on global mobile phone brands*. *The 8th International Strategic Management Conference* (Vol. 58).
- Bastian, D. A. (2014). Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2 No.1, 1-9.
- Chang, K., & Le Zhang. (2015). The Effects of Corporate Ownership Structure on Environmental Performance-Empirical Evidence from Unbalanced Panel Data in Heavy-Pollution Industries in China. *The Effects of Corporate*

- Ownership Structure on Environmental Performance-Empirical Evidence from Unbalanced Penal Data in Heavy-Pollution Industries in China*, 10.
- Chinomona, R. (2016). *Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa*.
- Cretu, A. E., & Brodie, R. J. (2007). "The influence of brand image and company reputation where manufacturers market to small firms: A customer value perspective", *Industrial Marketing Management* (Vol. 36).
- Fauzia, M. (2019, Januari 30). *Penjualan iPhone Anjlok, Pendapatan Apple Terkoreksi*. Retrieved Januari 2020, from kompas.com: <https://ekonomi.kompas.com/read/2019/01/30/095357026/penjualan-iphone-anjlok-pendapatan-apple>.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS) Edisi 4*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Partial Least Squares Konsep, Teknik, dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0* (Vol. 2). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, Ricky W. (2002). Jakarta: Erlangga.
- Handayani, R. (2018, Maret 11). *Pengguna Android Dinilai Lebih Loyal Dibanding iOS*. Retrieved Januari 2020, from republika.co.id: <https://www.republika.co.id/berita/trendtek/aplikasi/18/03/11/p5ecfv359-pengguna-android-dinilai-lebih-loyal-dibanding-ios>
- Hernawan, B. (2019, Juli). *Survey Tunjukkan Tingkat Loyalitas Pengguna iPhone Turun Drastis*. Retrieved Januari 2020, from makemac.grid.id: <https://makemac.grid.id/read/211789180/survey-tunjukkan-tingkat-loyalitas-pengguna-iphone-turun-drastis>
- IDC. (2018, September). *Indonesia Top 5 Smartphone Companies*. Retrieved December 2019, from IDC ANALYZE THE FUTURE: <https://www.idc.com>
- Indrawati. (2015). *Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Bandung: PT. Refika Aditama.

- (2019, Agustus 2). Retrieved from Tribunnews.com: <https://wartakota.tribunnews.com/2019/08/02/ini-penyebab-penjualan-iphone-anjlok>
- Jones, R., & Kim, Y.-K. Building brand loyalty in the off-line environment. *Journal of Retailing and Consumer Services*.
- Katada.co.id. (2019, Januari). Retrieved Januari 2019, from Katada.co.id: <https://katadata.co.id/opini/2015/09/29/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia>
- KBBI. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Retrieved 2020, from KBBI: <http://kbbi.web.id/>.
- Kotler, P. &. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. United Kingdom.
- Kotler, Philip; Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management 15th*. United State of America: Pearson Education Limited.
- Kristo, F. Y. (2019, Januari 8). *Menguak Masalah Besar iPhone yang Memusingkan Apple*. Retrieved Januari 2020, from inet.detik.com: <https://inet.detik.com/consumer/d-4375879/menguak-masalah-besar-iphone-yang-memusingkan-apple>
- Kustini, & Ika, L. (2011). Experiential marketing, emotional branding, and brand trust and their effect on loyalty on Honda motorcycle product. *Journal of Economics, 14, 23*.
- Lambris, D. R., & Lengkong, V. P. (2015, Juni). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PENYEBAB FRAUD MENURUT PERSEPSI AUDITOR DI PROVINSI SULAWESI UTARA. *FACTOR ANALYSIS OF FRAUD CAUSES BY THE PERCEPTION OF AUDITORS IN THE PROVINCE OF NORTH SULAWESI, 3 No. 2, 270-282*.
- Laras, P. D. (2017). *Pendiri, Pemilik, Sejarah Apple inc*. Retrieved from <http://larassajoooh.mhs.narotama.ac.id/2014/04/20/visi-misi-tujuan-dan-sasaran-apple-inc/>: <http://larassajoooh.mhs.narotama.ac.id/2014/04/20/visi-misi-tujuan-dan-sasaran-apple-inc/>

- Lynch, J., & Chernatony, D. L. (2004). *The power of emotion: Brand communication in business-to-business markets. Brand Management* (Vol. 11).
- Male.id. (2019, September). *MANA YANG LEBIH SETIA, FANS APPLE ATAU ANDROID?* Retrieved Januari 2020, from male.co.id: <https://male.co.id/detail/6455/mana-yang-lebih-setia-fans-apple-atau-android-digital-life-0>
- Munandar, H., & Sitanggang, S. (2008). *Mengenai Kekayaan Intelektual Hak Cipta, Paten, Merk dan seluk-beluknya*. Jakarta: Erlangga.
- Muzaqqi, A., Fauzi, A., & Suyadi, I. (2016, Februari). PENGARUH KESADARAN MEREK, KESAN KUALITAS, ASOSIASI MEREK DAN LOYALITAS MEREK TERHADAP EKUITAS MEREK. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 31 No. 1, 26-31.
- Nurul, F. (2020, Maret 12). *Apple Adopsi Desain Layar Ganda untuk iPhone Anyar?* Retrieved April 2020, from Liputan6.com: <https://www.liputan6.com/teknoread/4199206/apple-adopsi-desain-layar-ganda-untuk-iphone-anyar>
- Pratiwi, F. A., Utama, R. H., & Dirgantari, P. D. (2018, Oktober). *GAMBARAN BRAND COMMUNICATION BRAND TRUST DAN BRAND LOYALTY PELANGGAN KOSMETIK SARIAYU DI INDONESIA*, 3, 3.
- Rahmayani, I. (2015, Oktober). *Indonesia Raksasa Teknologi Digital Asia*. Retrieved December 2019, from kominfo.go.id: https://kominfo.go.id/content/detail/6095/indonesia-raksasa-teknologi-digital-asia/0/sorotan_media
- Rangkuti, Freddy. (2009). *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus. Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rayana, U. (2019, Mei). *Q1-2019: Penjualan iPhone Anjlok Hingga 30%*. Retrieved Januari 2020, from selular.id: <https://selular.id/2019/05/q1-2019-penjualan-iphone-anjlok-hingga-30/>
- Richard, C. (2016). *Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa*.

- Rizan , M., Saidani, B., & Yusiana, S. (2012). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*.
- Sadat, A. M. (2009). *Brand Belief: Membangun Merek Berbasis Keyakinan*. . Salemba Empat:Jakarta.
- Sangadji, E. M; Sophia. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN*. Bandung: Alfabeta.
- Sundayana, R. (2014). *Statistika Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni. (2015). *Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Yogyakarta: Paper Plane.
- tekno.kompas.com. (2018, Maret 11). *Membandingkan Kesetiaan Pengguna Android dan iOS Artikel ini telah tayang di Kompas.com dengan judul "Membandingkan Kesetiaan Pengguna Android dan iOS", <https://tekno.kompas.com/read/2018/03/11/11370017/membandingkan-kesetiaan-pengguna-android-dan-ios>*. Retrieved Januari 2020, from tekno.kompas.com:
<https://tekno.kompas.com/read/2018/03/11/11370017/membandingkan-kesetiaan-pengguna-android-dan-ios>
- Thiela, S. R., & Mackay, M. M. (2013). Assessing the performance of brand loyalty measures. *Journal of Service Marketing*, 15 No. 7, 529–546.
- Tjiptono, Fandy. (2007). *Strategi Pemasaran*.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran Edisi 4*. (Andi, Ed.)
- Top Brand Index*. (2018). Retrieved from Top Brand Award:
https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=iPhone
- Utomo, I. W. (2017, Maret). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS, DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY

PELANGGAN ONLINE SHOPPING (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda) . *Jurnal Komunikasi, VIII.*

Wagen, L., & White , L. (2010). *Events management.Australia.* (Pearson, Ed.)

Williams, B., & Sawyer, S. (2011). *Using Information Technology : A Practical Introduction to Computers and Communications Ed. 9th.* New York: The Mc Graw-Hill Companies Inc.