

DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, G. 2010. Manajemen Pemasaran: Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran. Edisi pertama. Yogyakarta
- Akbar, M.F.D., & Nawazirul, L. & Sari, L. (2016). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pemilik iphone (studi pada mahasiswa S1 fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas diponegoro). *Jurnal ilmu administrasi bisnis*, 5(1), 1-12
- Annisa, S. Y. (2017) Kepentingan apple inc dalam perdagangan pasar seluler di indonesia tahun 2011-2015. *Jurnal fisip*, 4(2), 1-15
- Astuti, N. (2016). Hubungan citra merek dengan loyalitas merek pada konsumen mobil PT. Honda semoga jaya samarinda. *Jurnal psikoborneo*, 4(3), 439-448.
- Azizah, & Widyastuti, A. (2016). Hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pada pengguna kartu prabayar simpati. *Jurnal psikologi*, 9(1), 1-8
- Azwar, S. (2013). Reliabilitas dan Validitas. Edisi IV. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azwar, S. (2016). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bangkang, A. S., & Tawas. (2015). Pengaruh brand awareness dan promosi terhadap loyalitas merek dengan brand popularity sebagai variabel intervening pada pemilihan kepala daerah di provinsi sulawesi utara. *Jurnal EMBA*, 3(4), 191-206.
- Baser, U.I., Cintamur, G.I., Arslan, M.F. (2015), *Examining The Effect of Brand Experience on Consumer Satisfaction, Brand Trust and Brand Loyalty, Marmara University YIL 2015, CILT XXXVII, SAYI II*, p.101-128.
- Budiman, Arief. 2006. Kebebasan, Negara, Pembangunan. Jakarta : Pustaka Alvabet
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. 2004. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Evanita. S., Dwita, & Israndy (2013). Pengaruh relationship marketing terhadap loyalitas pelanggan speedy PT. Telekomunikasi indonesia, tbk kandatel sumbar. *Jurnal kajian manajemen bisnis*, 2(1), 103-117.
- Fajrianti. & Farrah Z. (2005). Strategi perluasan merek dan loyalitas konsumen. *Jurnal Insan*, 7(3), 276-288.

- Giddens, Nancy. 2002. *Brand Loyalty. Missouri Value-added Development Center, University of Missouri.*
- Hadi, S. (2015). *Metodologi Riset.* Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Handayani. W. D., (2016). hubungan antara kualitas produk dan harga dengan loyalitas merek pada pengguna produk the body shop surabaya. *Jurnal ilmiah mahasiswa*, 5(1), 1-20.
- Imran, H, A. 2017. Peran Sampling dan Distribusi Data dalam Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media.* 21(1). 111-126
- Intan. A. (2017). Penggunaan smartphone dalam menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa fispol unsrat manado. *e-jurnal*, 6(1), 1-15.
- Juraman, S. R. (2014). Pemanfaatan Smartphone Android Oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Mengakses Informasi Edukatif. *Jurnal Acta Diurna*, 3(1).
- Knox, S. & Maklan, S. (2004). *Corporate Social Responsibility : Moving Beyond Investment Towards Measuring Outcomes. European Management Journal*, 22, 508-516
- Kotler, Philip. (2002). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation and Control.* NJ: Prentice Hall.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga
- Laurent, F. (2016). Pengaruh E-Service Quality Terhadap Loyalitas Pelanggan Go-Jek Melalui Kepuasan Pelanggan. *AGORA*, 4(2). 95-100
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa.* Edisi 1. Salemba Empat. Jakarta
- Marconi, Joe. (2001). *Reputation marketing, building and sustaining your organization's greatest asset.* McGraw-Hill.
- C. Mowen, John dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen.* Jakarta : Erlangga.
- Mowen, John C; Michael Minor. 2008. *Consumer Behavior 6ed.* New Jersey : Prentice-Hall, Inc.
- Noor, Juliansyah, Dr, S.E, M.M. 2017. *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah.* Cetakan Ke-3. Jakarta: Kencana.
- Nurfitriana. (2012). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Aktivitas, dan Leverage terhadap Profitabilitas pada Perusahaan Wholesale and Retail Trade di BEI. *Jurnal UNRI.* 5(1), 1-15.

- Parasuraman, A, Valerie A. Zeithaml, Leonard L. Berry. 1998 SERVQUAL : A Multiple Item Scale For Measuring Consumer Perception Of Service Quality. *Journal Of Retailing* Vol. 64 No. 1, pp 12-37.
- Peraturan Pemerintah Nomor 30 Tahun 1990 *Tentang Pendidikan Tinggi*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Prayoga, D. (2017). Hubungan antara kepuasan konsumen dengan loyalitas merek pengguna smartpone Samsung (pada komunitas online shop sfs kaltim di samarinda). *Jurnal psikologi*, 5(3), 591-601.
- Priyatno, D. (2010). Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian dengan SPSS. Yogyakarta: Gava Media.
- Purwanto & Aida. (2018). Dampak brand reliability, brand intention terhadap kepuasan mahasiswa dan loyalitas mahasiswa. *Jurnal Manajemen*, 4(2) 564-572
- Putradinata, Ferdi. (2015). Pengaruh Pengalaman Merek Terhadap Loyalitas Merek : Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Pemeditasi. Skripsi Sarjana (Tidak Dipublikasikan), Banda aceh: Universitas Syiah Kuala Darussalam
- Rahma, A. (2015). Pengaruh penggunaan *smartphone* terhadap aktivitas kehidupan siswa (studi kasus man 1 rengat barat). *Jurnal FISIP*, 2(2), 1-12
- Resti. (2015). Penggunaan *smartphone* di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial dan ilmu politik universitas riau. *Jurnal FISIP*, 2(1), 1-15.
- Rizan, M., Saidani, B., & Sari, Y. (2012). Pengaruh brand image dan brand trust terhadap brand loyalty teh botol sosro (survei konsumen teh botol sosro di food court itc cempaka mas, jakarta timur). *Jurnal riset manajemen sains indonesia*, 3(1), 1-17
- Sari. W. Y., Kumadji, & Latief., (2013). Pengaruh kepercayaan merek terhadap loyalitas merek. *Jurnal administrasi bisnis*, 5(2), 1-7
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behaviour 7th Edition*. Pearson Education.
- Shabrina, P. A. (2017). Analisis loyalitas konsumen *brand* Apple terhadap produk iPhone di Surabaya (studi deskriptif loyalitas konsumen remaja generasi z terhadap produk iphone di surabaya). *Journal business and economics*, 11(2), 112-126
- Shaw, A. R., 2016. Pengaruh Motivasi Rasional, Motivasi Emosional Dan Harga Diri Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Pada Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta. E-Jurnal Manajemen UNJ, Vol. 4, No. 5, 2016

- Siregar, A. R. (2006). Motivasi berprestasi mahasiswa ditinjau dari pola asuh. Diakses tanggal 15 Oktober 2019. Tersedia dalam :
www.library.usu.ac.id
- Solomon, Michael R. (1999). *Consumer Behavior*, 4th ed. New Jersey: Prentice-Hall.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian, pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Supranto, J. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*, Cetakan Ketiga. Jakarta: PT.Rineka Cipta
- Suwono. 1978. Definisi Mahasiswa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia. Diakses tanggal 5 Desember 2019. Tersedia dalam :
<http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.html>
- Takwin, B. (2008). Menjadi mahasiswa. Bagustakwin Diakses pada tanggal 28 Desember 2019. Tersedia dalam :
<http://bagustakwin.multiply.com/journal/item/18>
- Tjahyadi, R. A. (2006). Brand trust dalam konteks loyalitas merek: peran karakteristik merek, karakteristik perusahaan, dan karakteristik, hubungan pelanggan-merek, *jurnal manajemen*, 6(1). 65-78
- Tjahjaningsih E., & M Yuliani. (2009). Analisis kualitas produk dan citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan dampaknya terhadap loyalitas merek hp nokia. *Jurnal telaah manajemen*, 6(2), 104-118.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran* cetakan kelima, penerbit Andi, Yogyakarta.
- Valerie. A Zeithaml. 2003. *Service Marketing*. McGraw Hill Companies Inc., New York.
- Widjaja, Y. R., & Nugraha. (2016). Loyalitas merek sebagai dampak dari kepuasan konsumen. *Jurnal ekonomi dan bisnis islam*, 1(1), 1-13
- Wijayanti, R. Y., & Andriyanto, I. (2016). Pengaruh harapan, kepuasan dan sarana fisik terhadap loyalitas pelanggan (Studi kasus pada Usaha Jasa Warnet di Kudus). *Jurna bisni dan manajemen islam*, 4(2), 35-58
- Yunitasari H., & A. Yuniawan. (2006). Analisis pengaruh kesadaran merek, persepsi kualitas dan loyalitas merek terhadap nilai pelanggan mobil merek toyota. *Jurnal studi manajemen dan organisasi*, 3(2), 15-28