

DAFTAR PUSTAKA

- Alfionita, C. M., & Yulianto, E. (2016). (Survei Pada Pembeli Oppo Smartphone di Counter Handphone MATOS). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 36(1), 178–185.
- Andreani, J. H. dan F. (2017). Analisis Pengaruh Motivasi Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Broadway BarberShop PT Bersama Lima Putera. *Agora*, 5(1), 2.
- Auliannisa Gifani, S. (2017). Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo pada mahasiswa universitas telkom. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 10, 81–94.
- Azikiwe, N. (2016). Factors Influencing Smartphone Purchase Behavior Among Young Adults In Nigeria. *International Journal of Recent Scientific Research*, 7(2014), 13248–13254.
- Badjamal, F. A. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Samsung di Kota Palu Faigah A . Badjamal (Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat Fakultas Ekonomi Universitas Alkhairaat. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 7(2), 1–11.
- Bintang Anoraga, S. S. I. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 2(031).
- Bojei, J., & Hoo, W. C. (2017). Brand equity and current use as the new horizon for repurchase intention of smartphone. *International Journal of Business and Society*, 13(1), 33–48.
[http://www.ijbs.unimas.my/repository/pdf/Vol13No1\(paper3\).pdf](http://www.ijbs.unimas.my/repository/pdf/Vol13No1(paper3).pdf)
- Budiarto, J., & Pancaningrum, E. (2019). Pengaruh Experiential Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis Dewantara*, 2(2), 89–98. <https://doi.org/10.26533/jmd.v2i2.370>

- Chen, Y., Chen, T., & Lin, C. (2016). *The Analyses of Purchasing Decisions and Brand Loyalty for Smartphone Consumers*. July, 108–116.
- Dody Ariyadi. (2015). Analisis Ekuitas Merek Berbasis Pelanggan Pada Minimarket Indonesia di Salatiga. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 8(9). <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Efendi, & Susanti, F. (2017). Pengaruh Brand Equity Dan Promotion Smartphone Xiaomi Pada Mahasiswa Manajemen Stie – Kbp Padang. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 12(2), 1–21. <https://doi.org/10.31219/osf.io/b6c7x>
- Ertemel, A. V. (2015). Effects of Zero Moment of Truth on consumer buying decision: An exploratory research in Turkey. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 1985.
- Harnoto, T. (2018). Keputusan Pembelian Smartphone Oleh Mahasiswa : Kelompok Acuan Atau Gaya Hidup ? *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 30(2), 181–197. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/modus/article/download/1708/1188>
- Haslinda, & Muhammad, J. (2016). Pengaruh Perencanaan Anggaran Dan Evaluasi Anggaran Terhadap Kinerja Organisasi Dengan Standar Biaya Sebagai Variabel Moderating Pada Pemerintah Daerah Kabupaten Wajo. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 11(1), 10.
- Heridiansyah, J. (2018). Pengaruh Advertising Terhadap Pembentukan Brand Awareness Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Kecap Pedas ABC. *Jurnal STIE Semarang*, 4(2), 53–73.
- Lamalewa, F., Ririhena, W., & Putri, R. N. (2018). The Influence Of Lifestyle and Brand Image on Decision on Samsung Brand Smartphone Purchasing in Students of Economic And Business, Faculty of Economic and Business at the University of Musamus, Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology (IJMET)*, 9(10), 304–309. <http://www.iaeme.com/IJMET/index.asp304><http://www.iaeme.com/ijmet/issues>.
- Lukman, A. M. (2016). Perancangan Sistem Informasi Pemasaran dan Penjualan Berbasis Smartphone (Android) pada Depot Air Minum. *ILKOM Jurnal Ilmiah*, 8(1), 44–48. <https://doi.org/10.33096/ilkom.v8i1.21.44-48>

- Marco Ariano. (2016). Pengaruh Rebranding Dan Repositioning Terhadap Brand Equity Smartphone Microsoft Lumia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 5(1),1–12.
<http://webhosting.ubaya.ac.id/~journalubayaac/index.php/jimus/article/view/1071/859>
- Mohammad Abdilla, I. A. (2020). Keputusan Pembelian Smartphone Ditinjau dari Kebutuhan dan Gaya Hidup Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Dharma Andalas. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 19(1), 113–126.
- Mona, M., Kekenusa, J., & Prang, J. (2015). Penggunaan Regresi Linear Berganda untuk Menganalisis Pendapatan Petani Kelapa. Studi Kasus: Petani Kelapa Di Desa Beo, Kecamatan Beo Kabupaten Talaud. *D'Cartesian*, 4(2), 196.
<https://doi.org/10.35799/dc.4.2.2015.9211>
- Nguyen, N. (2020). The Effect of Lifestyle , Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492.
- Pradhianka Prawidar, Indira Rachmawati, S.T, M. S. M. (2016). Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone Sony Xperia Pada Konsumen di Kota Bandung Influence of Brand Equity Against Buying Decision Process on Smartphone Sony Xperia Study on Consumer in Bandung. *E-Proceeding of Management*, 3(2), 1429–1436.
- Prof. Dr. Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, cv. <https://doku.pub/documents/buku-metode-penelitian-sugiyono>
- Putri, A., & Huda, N. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Sikap Uang, Nilai Pribadi, Stimulasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Smartphone Android (Studi Kasus Mahasiswa Muhammadiyah Stikes Banjarmasin). *Wawasan Manajemen*, 6, 26–44.
- Rahman, S., & Supranto, J. (2019). Analysis of the Effect of Brand Equity on the Purchasing Decision of Oppo. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, 7(1), 67–82. <https://doi.org/2580-3743>

- Rahmi Meutia. (2016). Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 212. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150202.id>
- Rakhmita Desmayanti. (2019). Tinjauan Umum Perlindungan Merek Terkenal Sebagai Daya Pembeda Menurut Perspektif Hukum di Indonesia. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 6(9).
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Siahaan, M. C., Pangemanan, S. S., Pandowo, M., Siahaan, M. C., Pangemanan, S. S., & Pandowo, M. (2015). Price , Brand Equity , and Perceived Quality on Purchase Intention of Honda Scooter Motorcycle in Manado. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 441–449.
- Sidi, A. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Digital Marketing Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 12(1), 1–8. <https://doi.org/10.32812/jibeka.v12i1.3>
- Siregar, K. R. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek (Brand Equity) Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Pada Mahasiswa Fakultas Hukum Universitas Sumatera Utara. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 13(3).
- Solihin, W. A., Tewal, B., Wenas, R., Sikap, P., Dan, K., Hidup, G., Keputusan, T., Pada, S., Unsrat, M., Manado, D. I., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSRAT di Manado). *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 8(1), 511–520.
- Susanto, M., & Setiowati, R. (2015). Celebrity endorsement, brand credibility and brand equity of smartphone in Jakarta. *International Business Management*, 9(3), 221–231. <https://doi.org/10.3923/ibm.2015.221.231>
- Syukri Hadi dan Hendra. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Yayasan Pelita Indonesia). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- Wijaya, D. (2017). Pengaruh Motivasi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Bisnis*, XV(2).
- Wiratna, S. (2018). *Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi Pendekatan Kuantitatif*. PustakaBarupress.
- Wong, Y.. (2020). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Pada Keputusan Pembelian Smartphone iPhone XS Max Di Indonesia. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 7, 10–22.

