

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. 2015. *Manajemen Pemasaran Strategi*. **Jurnal EMBA**. Vol 9. No 3. Hal 989-998.
- Amirullah, Zulkarnain dan Astuti. 2020. “Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone”. **Jurnal Ekonomi Perjuangan (JUMPER)**. Vol 2. No 1.
- Ariyanto, Yudi. 2016. “Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Juke”. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen**. Vol 5. No 3.
- Astuti dan Hasbi. 2020. “Pengaruh Gaya Hidup dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Pada Situasi Covid 19 di Kota Medan”. **Seminar Of Social Sciences Engineering dan Humaniora**.
- Badjamal, Faigah. A. 2019. “Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung di Kota Palu”. **Jurnal Ekonomi Trend**. Vol 7. No 2.
- Cassany, Saluddin Al. 2019. “Pengaruh Kelompok Referensi dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Menggunakan Bahan Bakar Pertamina Di Kota Di Banda Aceh”. **Jurnal Bisnis Net**. Vol II. N0 3.
- Fahmi, Irham. 2016. *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung: **Penerbit Alfabeta**.
- Febriani dan Kristianingsih. 2018. “Pengaruh Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Program Studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)”. **Jurnal Aplikasi Bisnis**. Vol 4. No 1.
- Fikri dan Evelina. 2021. “Pengaruh Gaya Hidup, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Melalui Tokopedia”. **Jurnal Aplikasi Bisnis**. Vol 7. No 1.
- Fitria dan Artanti. 2020. “Pengaruh Religiusitas dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian”. **Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam**. Vol 8. No 1. Hal 2477-5533.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: **Badan Penerbit Universitas Diponegoro**.

- Irawan dan Masreviastuti. 2019. “Pengaruh Store Atmosphere, dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Di Café Bengkel Kediri”. **(JAB) Jurnal Aplikasi Bisnis. Vol 5. No 1.**
- Julianda dan Komalasari. 2017. “Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Produk Smartphone Samsung”. **Jurnal Valuta. Vol 3. No 1.**
- Kamagi, Tumbuan dan Lintong. 2021. “Pengaruh Persepsi, Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda”. **Jurnal EMBA. Vol 9. No 3. Hal 989-998.**
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin L. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Tiga Belas Jilid 1. Jakarta: **PT Gelora Aksara Pratama.**
- Lomboan, Tampi dan Mukuan, Danny. 2020. “Gaya Hidup, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbuck Manado Town Square”. **Vol 1. No 3.**
- Maryati dan Leindarita. 2020. “Pengaruh Kelompok Referensi dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cumi Store Tanjungpinang”. **SNISTEK 3.**
- Miswanto, Mubarak dan Wijaya. 2019. “The Effect Of Brand Image, brand Trust and Reference Group On The Buying Decision Of Sneakers”. **International Journal Of Financial, Accounting and Management (IJFAM). Vol 1. No 2. Hal 105-118.**
- Permana, Donny. I. 2019. “Pengaruh Citra Merek, Harga dan Word Of Mouth dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max Pada Club Yamaha N-Max Surabaya”. **Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol 8. No 12.**
- Priansa, Doni Joni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: **Penerbit Alfabeta.**
- Rangkuti, F. 2016. *The Power of Brand*. **Prosiding SENDI\_U.**
- Rahmah, Sumarwan dan Mukhamad. 2018. “The Effect Of Brand Equity, Marketing Mix and Lifestyle Toward Purchase Decision at Coffe Shop In Bogor”. **Vol 3. No 2. Hal 01-15.**
- Saputra, A. Irianto dan Setyowati. 2020. “Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Citizen Brand Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Sari Roti Di Indomaret Kota Surakarta”. **Vol 8. No 3. Hal 12-23.**

- Setiyana dan Widayarsi. 2019. *“Pengaruh kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Honda vario. Studi Pada Dealer CM Jaya Kota Rembang”*. **Prosiding SENDI**.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Bogor : **Penerbit Ghalia Indonesia**.
- Sujarweni, Wiratna. 2019. *Metode Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : **Pustaka Baru Press**.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: **Penerbit Alfabeta**.
- Sunyoto, D. 2012. *Konsep Riset pemasaran dan Perilaku Konsumen*. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**. Vol 2. No 1.
- Suryani dan Batu. 2021. *“Pengaruh kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor”*. **Journal of Management**. Vol 4. Issue 2. Pages 254-275.
- Suliyanto 2018. *Metode Penelitian Bisnis untuk Skripsi, Tesis & Disertasi*. Yogyakarta : **CV. Andi Offset**.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia. 2019. *Kepuasan Pelanggan: Konsep, Pengukuran, & Strategi*. Yogyakarta: **Andi**.
- Wibowo, Alvina. F dan Riyadi, Eko. S.H. 2017. *“Pengaruh Gaya Hidup , Prestise dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Taiwan Tea House Semarang)”*. **Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis**.
- Widhiarta dan Wardana. 2015. *“Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar”*. **E-Jurnal Manajemen Unud**. Vol 4. No 4.
- Yoher dan Santika. 2018. *“Pengaruh Product Quality, Brand Equity dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Obat Nyamuk Vape”*. **E-Jurnal Manajemen Unud**. Vol 7. No 2. Hal 674-700.

Sumber Website :

[www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com)

<https://opposmartphonecp.wordpress.com/about/>

<https://mix.co.id/marcomm/brand-insight/marketing-strategy/tiga-strategi-oppo-ads-di-2021/>

<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20210511100504-37-244873/oppo-raja-ponsel-ri-samsung-mengancam-vivo-tergelincir>

