

DAFTAR PUSTAKA

- Andi, Mukti Al. 2019. Analysis of the Influence of Lifestyle on Purchasing Decision for Samsung Smartphone Products in Jakarta. *EJBMR, European Journal of Business and Management Research* Vol. 4, No. 4
- Aryatilandi, S. (2020). Analisis Word of Mouth dan Brand image Terhadap keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *ISSN : 2654-4326*.
- Aziz, V. R. (2015). Pengaruh Persepsi Risiko dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian secara Online Melalui BlackberryMessenger (BBM). *Psikoborneo, Vol 3, No 2, 2015:186-196*.
- CNBCINDONESIA. (2020, JUNI 2). *CNBC INDONESIA*. Retrieved 4 2021, 3,
- Effendi, Rahadhini ,Suddin. 2016. Analisis pengaruh *word of mouth*, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (Survei Konsumen pada Warung Soto Seger Mbok Giyem di Boyolali). Vol. 16 No. 4 Desember 2016: 418 – 42
- from <https://www.cnbcindonesia.com/>:
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200602174956-37-162552/penjualan-samsung-huawei-oppo-anjlok-xiaomi-malah-naik>
- from <https://www.samsung.com/>: <https://www.samsung.com/id/about-us/Company-info>
- Ghozali. (n.d.). *Aplikasi Analisis Multivariete (dengan IBM SPSS 23)*. Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro.
- Iswanto, R. 2016. Pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian pada photo cabin. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Menejemen desain dan periklanan* Vol.01 N.02
- Mahdiasukma, P., & Fauzi, A. (2018). Pengaruh Word of Mouth Marketing terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Coffe Cabang Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis, 55(3), 55–63*.
- Mokoagouw, M. L. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile IT Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*.
- Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sari, F. P. (2016). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 5, Nomor 6, Juni 2016*.

- Sitompul, S. S. (2019). Model Analisis Penaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Xiaomi Smartphone. *COSTING:Journal of Economic, Business and accounting Volume 2, No 2, juni 2019 e-ISSN : 2597-5234*.
- Somantri, Afrianka, Fahrurrazi. 2020. Pengaruh gaya hidup dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). Volume 3, Nomor 1, April 2020 p-ISSN: 2620-8490; e-ISSN: 2620-8814
- Somantri, B. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk IPHONE. *CAKRAWALA – Repositori IMWI | Volume 3, Nomor 1, April 2020*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukaris. Saleh . Dewantoro. 2020. The effect if product quality, features, *word of mouth* and e-commerce on purchase decisions. IRJ: Innovation Research Journal-Volume 1 Issue 2. ISSN :2721-6683 ESSN :2721-6675
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan : Teori & Aplikasi dengan SPSS*.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Suryani. (2011). *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sumber website*
- Tabalema, M. R. (2016). Analisis Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung dengan Word of mouth Positif sebagai Variabel Moderasi. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Vol. 16 No. 3 September 2016: 442 ± 449*.
- TopBrandAward. (n.d.). *Top Brand Award*. Retrieved february 23, 2021, from www.topbrand-award.com: <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>
- Vivian, S. (2020). Pengaruh Brand Image dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z pada Produk Starbuck. *Jurnal Transaksi Vol. 12, No. 1 ISSN 1979-990X*.

