

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardy, Dian Ayu P. 2013. Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian *Blackberry Curve 9300*. *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol 1, No 1, Halaman 223-233.
- Effendi, Rudi., Marjam Dhesma Rahadhini., Alwi Suddin. 2016. Analisis Pengaruh Word of Mouth, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. Dalam *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, Vol 16, No 4, Halaman 418-425.
- Ferinda Dewi, Erna. 2009. *Market dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghazali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Semarang: Badan Penerbit.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- IDC (International Data Corporation). 2018. *Smartphone OS Market Share, Q2 2018*. [Online]. Available: <http://www.idc.com/prodsev/smartphone-or-market-share.jsp>. Diakses tanggal 15 April 2019.
- Indrawati, Devi. 2015. Pengaruh *Brand Image* dan Gaya Hidup Hedonis terhadap Keputusan Pembelian *Jilbab Zoya*. Dalam *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, Vol 15, No 2, Halaman 302-319.
- Isaac Oladepo dan Samuel Abimbola. 2015. *The Influence of Brand Image and Promotional Mix on Consumer Buying Decision- A Study of Beverage Consumers in Lagos State, Nigeria*. *British Journal of Marketing Studies*. Vol 2, No 4, Page 97-109.
- Kotler, P dan Keller, K. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mahdiasukma, P dan Achmad, F. 2018. Pengaruh *Word of Mouth Marketing* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 55, No 3, Halaman 55-63.
- Musay, Fransisca P. 2013. Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Administrasi*, Vol 3, No 2, Halaman 1-7.
- Nam, Janghyeon., Yuksel Ekinci., Georgina Whyatt. 2011. Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction. In *Annals of Tourism Research*, Vol 38, No. 3, Page 10009- 1030.
- Rahmah, Khaerunnisa., Ujang Sumarwan., Mukhammad Najib. 2018. The Effect of Brand Equity, Marketing Mix, and Lifestyle Toward Purchase Decision

at Coffee Shop in Bogor. *In Journal of Consumer Sciences, Vol 3, No 2, Page 1-15.*

Setiadi, N.J. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran.* Jakarta: Kencana.

Setiadi, Nugroho J. 2010. *Perilaku Konsumen Cetakan 4.* Jakarta: Kencana.

Setiawan, Kezia M dan Handojo Djoko. 2018. Pengaruh Gaya Hidup, *Brand Image*, dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Oppo *Smartphone.* *Dalam Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 7, No 4, Halaman 1-7.*

Suciningtyas, Wulan. 2012. Pengaruh *Brand Awareness*, *Brand Image*, dan *Media Communication* terhadap Keputusan Pembelian. *Dalam Manajemen Analysis Journal, Vol 1, No 1, Halaman 1-8.*

Sufira, Norita., Rizky Natassia., Stevani. 2017. Pengaruh *Word of Mouth* , Kualitas Produk, *Brand Image*, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Beat F1 CW di Kecamatan Sumpur Kudus Kabupaten Sijunjung. *Dalam Jurnal Jim STKIP PGRI SUMBAR.*

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V Wiratna. 2015. *Akuntansi Biaya.* Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sutisa, Sunyoto. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran.* Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.

Tabalema, Muhammad R. S., Untung Sriwidodo., Sumaryanto. 2016. Analisis Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung dengan *Word of Mouth* Positif sebagai Variabel Moderasi. *Dalam Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan, Vol 16, No 4, Halaman 442-449.*