

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Ajzen, I. (2010). *Understanding Attitude and Predicting Social Behaviour*. New York: Prentice Hall.
- Anggelina, R. (2020). *Pengaruh Kelompok Referensi, Gaya Hidup dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame Pada Masyarakat Kota Pekanbaru* [Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/29000/>
- Anoraga, B. J., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Kelompok Acuan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Galaxy. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 139. <https://doi.org/10.26740/bisma.v6n2.p139-147>
- Ashoer, M., Syahnur, H., & Murdifin, I. (2019). Bagaimana Gaya Hidup mempengaruhi Keputusan Pembelian Tiket Online. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 20(1), 52–65. <https://doi.org/10.30596/jimb.v20i1.2493>
- Astuti, W. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Pekanbaru* [Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Pekanbaru , Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau]. <http://repository.uin-suska.ac.id/id/eprint/31408>
- Canalys. (2019). *Canalys: Indonesia grew fastest in global top 10 markets and reached a record 11.5 million smartphone shipments in Q3 2019*. Canalys. <https://www.canalys.com/newsroom/indonesia-smartphone-market-q3-2019>

- Dharmmerta, B. S., & Handoko, T. H. (2013). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen, Edisi Pertama* (Edisi Pert). Yogyakarta: BPFPE.
- Firdaus, M., & Farid, M. A. (2008). *Aplikasi Metode Kuantitatif Terpilih Untuk Manajemen dan Bisnis*. Bogor: IPB Press.
- Ghoni, A., & Bodroastuti, T. (2012). Pengaruh Faktor Budaya , Sosial , Pribadi Dan Psikologi Terhadap Perilaku Konsumen (Studi Pada Pembelian Rumah di Perumahan Griya Utama Banjardowo Semarang). *Jurnal Kajian Akuntansi dan Bisnis*, 1(1), 1–23.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang; Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. . F. (2006). *Multivariate Data Analysis* (5th ed.). Semarang: Gramedia Pustaka Utama.
- Hair, J. F., Hult., G. T. M., Ringle., C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modelling (PLS-SEM)* (2e ed.). USA: Sage.
- Hawkins, D. ., & Mothersbaugh, D. L. (2010). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (11th ed.). New York: McGraw-Hill Irwin.
- Kotler, P., & Armstrong. (2016). *Principles Of Marketing 16th Edition Global Edition* (16th ed.). England: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). New Jersey: Pearson Education.
- KumparanTECH. (2019). *Geser Samsung, Oppo Jadi Vendor Smartphone Terlaris di Indonesia*. KumparanTech. <https://kumparan.com/kumparantech/geser-samsung-oppo-jadi-vendor-smartphone-terlaris-di-indonesia-1sFJhu1IZ6J>

- Lalitamanik, R. (2014). Pengaruh Activity, Interest, Opinion (AIO) Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menonton Film di Bioskop E-Plaza Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*, 3(3), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/>
- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Peter, P. J., & Olson., J. C. (2014). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (D. oleh D. Sihombing (ed.)). Jakarta: Erlangga.
- Pusparisa, Y. (2020). *Berapa Jumlah Pengguna Smartphone Dunia*. Databoks Katadataco.Id. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/01/20/berapa-jumlah-pengguna-smartphone-dunia>
- Putra, E. K. H., Jariah, A., & Fauziah, A. (2019). Analisis Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Rangga Regency Di Lumajang. *Prosiding Progress Conference*, 2(July), 481–492.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Samarinda: Mulawarman University Press.
- Ridwan, M. (2017). *Pengaruh Sikap Dan Gaya Hidup Brand Minded Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Mahasiswa UIN Alauddin Makassar* [Doctoral dissertation, UIN Alauddin Makassar]. <http://repositori.uin-alauddin.ac.id/id/eprint/8573>
- Roihan, A. (2022). *Profil dan Sejarah Perusahaan OPPO*. Teknovidia. <https://www.teknovidia.com/profil-sejarah-oppo/>
- Saputra, M. Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup Digital Native Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Di Kota Jambi. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 7(2), 107–115.

- Sari, S. (2019). Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian. [Pengaruh Kelompok Referensi, Online Customer Review Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Pembelian, Skripsi, Universitas Muhammadiyah Magelang]. <http://eprintslib.ummggl.ac.id/id/eprint/985>
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT.Indeks.
- Setiadi, N. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Singhal, A., & Malik, G. (2018). The attitude and purchasing of female consumers towards green marketing related to cosmetic industry. *Journal of Science and Technology Policy Management*, 12(3), 514–531. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2017-0063/FULL/XML>
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh sikap konsumen dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphome (studi pada mahasiswa unsrat di manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sumarwan, U. (2017). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Suryani, T. (2013). *Perilaku Konsumen di Era Internet: Implikasinya pada Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rusdakarya.

Thania, G. S. K., & Anggarini, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Online Festival, dan Beauty Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal.Stimykp*, 2(2), 275–286.

Warayuanti, W. (2013). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk melalui Situs Belanja Online di Indonesia (Studi pada Kaskus, Toko Bagus dan Berniaga Tahun 2013-2014). *Skripsi. Fakultas Komunikasi dan Bisnis Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Telkom Bandung. Dipublikasikan.*