

## DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, Suri (2017). “Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa.” *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam* 1(1): 660–69.
- Anggriani (2019). “Pengaruh Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy’Ari Jombang PENDAHULUAN Seiring Dengan Perkembangan Dunia Modern , Globalisasi Saat Ini Media Teknologi Komunikasi Sema.” *Pengaruh Atribut Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Hasyim Asy’ari Jombang* 1(3): 268–77.
- Asir, M., Puspitasari, D., Wahab, A., & Anwar, M. A. (2023). Efektivitas Penggunaan Celebrity Endorser Terhadap Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian Produk: Literature Review. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(2), 1790-1801.
- Das, Gopal, John Peloza, Geetika Varshneya, and Todd Green (2021). “When Do Consumers Value Ethical Attributes? The Role of Perceived Quality in Gift- Giving.” *European Journal of Marketing* 55(1): 315–35.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Sembilan. SEMARANG: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Handayani, Estri Dwi, and Heny Kurnianingsih (2020). “Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung.” *Jurnal Manajemen Dewantara* 4(2): 90–97.
- Hsiao, Kuo Lun (2017). “What Drives Smartwatch Adoption Intention? Comparing Apple and Non-Apple Watches.” *Library Hi Tech* 35(1): 186–206.
- Ihsan, Muhammad, Yon Rizal, and Albet Maydiantoro (2018). “Pengaruh Atribut

- Produk, Harga, Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone*.” *Economic Education and Entrepreneurship Journal* 1(2): 92–99.
- Kartikasari, Y. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Impor Dengan Persepsi Kualitas Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 5(2).
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong (2018). Pearson *Principles of Marketing (17th Ed.)*.———. 2021. *Principles of Marketing*. Pearson Education Limited.
- Lee, Dokyun, and Kartik Hosanagar (2020). “How Do Product Attributes and Reviews Moderate the Impact of Recommender Systems through Purchase Stages?” *Management Science* 67(1): 524–46.
- Mulyadi, Agustinus, Dian Eka, and Welly Nailis (2018). “Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Online Lazada.” *Jembatan* 15(2): 87–94.
- Natasya, et al (2021). “Pengaruh Dimensi Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek iPhone Di Kota Kendari.” *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* 13(2): 144–63.
- Nazah, Inna Sifatun, Tuti Hartati, and Ernita Siambaton (2017). “Nazah, Inna Sifatun.” *Epigram* 14(1): 51–58.
- Nofiwaty, and Beli Yuliandi (2014). “PENGARUH STORE ATMOSPHERE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA OUTLET NYENYES PALEMBANG.” Vol.12 No.
- Pasigai, Moh Aris, Aulia Aulia, and Suarsi Suarsi (2022). “Analysis Of The Influence Of Product Attributes On Purchase Decisions For Asus Brand Laptops On Students Faculty Of Economics And Business Muhammadiyah University, Makassar.” *Jurnal Ilmu Manajemen Profitability* 6(1): 122–31.
- Purnama, I. (2023). Pengaruh Atribut Produk Dan Gaya Hidup Terhadap

- Keputusan Pembelian Sammrtphone Redmi Di Royal Cell Bima. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 2(3), 149-159.
- Putra, Digas Dwinta, and Andri Nurtantiono (2021). “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone.” *jurnal Ekobis dewantara* 4(2): 69–77.
- Ramadhani, Moch Priyambudi, Fakultas Ekonomi, Program Studi, and Universitas Muhammadiyah Jember (2018). “KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* SAMSUNG GALAXY SERIES , Desa Balung Lor Kecamatan Balung Kabupaten Jember.” : 1–13.
- Saputra, Dkk (2020). “Pengaruh Atribut Produk Citra Merek Dan Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Berbasis IOS Dan Android.” *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya* 18(1): 33–40.
- Segoro, and Rifaldi (2021). “The Influence Of Price, Product Quality And Service Quality On Purchase Decision Of Netflix Applications.” *International Journal of Science, Technology & Management* 2(5): 1705–11.
- Setiawan, Rijal (2020). “Pengaruh Citra Merek Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Vivo *Smartphone* Pada Pt Salim Surya Phone Di Samarinda.” *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul* 8(1): 55.
- Setyanto, Linggar Eka (2017). “Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple iPhone Pada Mahasiswa / Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013 / 2014 Universitas Brawijaya Malang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 46(2): 19–27.
- Sipayung, Tuahman, and Bobby Syahreza (2021). “Analisis Persepsi Konsumen Tentang Atribut Produk Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo (Studi Kasus Pada Toko Tia Ponsel Di Kota Pematangsiantar).” *Manajemen : Jurnal Ekonomi* 3(1): 11–24.

- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarsid (2018). "Android Pada Pusat Perbelanjaan ITC Kuningan." 30(2): 87–117.
- Susilowati, I., Saroh, S., & Zunaida, D. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Brawijaya Istana Oleh-Oleh Khas Batu). *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 161-166.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03/09/apple-raih-pendapatan-tertinggi-di-pasar-Smartphone-pada-2021> diakses tanggal 25 Februari 2022.
- <http://www.businessinsider.com/> diakses tanggal 10 April 2022.
- <https://hot.liputan6.com/read/4322441/6-kelebihan-iphone-daripada-Smartphone-android-kenali-fiturnya> diakses tanggal 11 April 2022.
- <https://www.statista.com/statistics/266729/Smartphone-users-in-indonesia/> diakses tanggal 1 Maret 2022.
- <https://udn.com/news/story/12467/4951399> diakses tanggal 14 April 2022
- Kotler, Philip dan Amstrong. G. 2016. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P dan Keller, K.L. 2016. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Amstrong, G. 2018. *Principles of Marketing 17th GLOBAL Edition*. London: Pearson.
- Nainggolan Romauli Dan Ida Bagus Oka Viryatiem Purnama. 2023. Pengaruh Gaya Hidup, Atribut Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffe Shop* Gula Kopi. *Jurnal Manajemen Dan Start Up Bisnis*. Vol. 8, No. 3.
- Sujarweni V.W. 2018. Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi. ISBN ; 978-602-376-159-3. Yogyakarta: PT.PUSTAKABARUPRESS.
- Sujarweni V.W. 2014. *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi Cetakan Pertama*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.

Sugiyono, 2018. *Statistika Untuk penelitian*. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :  
Alphabet.