

## DAFTAR PUSTAKA

Akbari, B. H. (n.d.). *Birza Hutama Akbari, 2016 PENGARUH ATRIBUT PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE HTC ONE M8 Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 8(1005619).*

Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Bukalapak.Com. *Jurnal Manajemen Magister, 03(01)*, 96–106.

Setyanto, L., Arifin, Z., & Sunarti, S. (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 S1 Universitas Brawijaya, 46(2)*, 19–27.

Sugiyono. (2008), *Metode Penelitian Statistik*. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy, (2008). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta

Sumber lain :

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa>

<https://m.mediaindonesia.com/humaniora/389057/kemenkominfo-89-penduduk-indonesia-gunakan-smartphone>

<https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia>

<https://www.lazada.co.id/products/infinix-hot-10-play-464-332-garansi-resmi-1-tahun-i5974760845-s11473032072.html>

[https://www.instagram.com/p/CZivp54NCMz/?utm\\_medium=copy\\_link](https://www.instagram.com/p/CZivp54NCMz/?utm_medium=copy_link)

<https://youtu.be/HqKJu0QRXik>