

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2021). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*, 4(1), 377–386.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image , Brand Trust , Product Quality , and Price on the Consumer ’ s Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, 14(13), 228–239. <https://doi.org/10.19044/esj.2018.v14n13p228>
- Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Lokasi Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13.
- Arjunita, I., Lopian, & Lumantow, R. Y. (2021). Pengaruh Viral Marketing, Store Atmosphere, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Tuya Manado. *Jurnal EMBA*, 9(3), 437–446.
- Aryanto, V. (2020). *Marketing Digital: Solusi Bisnis Masa Kini dan Masa Depan*. PT Kanisius.
- As’ary, G., Hidayati, N., & Rahman, F. (2020). Pengaruh Viral Marketing, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Malang. *E – Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen*, 11, 85–96.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Bisnis Pemasaran*. PT RajaGrafindo Persada.
- Dharmmesta, B. S. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). Universitas Terbuka.
- Effendi, U., & Batubara, A. R. (2016). *Psikologi Konsumen*. PT RajaGrafindo Persada.
- Firdaus. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Analisis Regresi IBM SPSS Statistics Version 26.0* (F. Ravida (ed.); Cetakan Pe). DOTPLUS Publisher.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit-UNDIP.
- Hajar, I. (2019). *Manajemen Strategik-Konsep Keunggulan Bersaing* (R. Indra (ed.)). ANDI OFFSET.

- Haque-fawzi, M. G., Iskandar, A. S., & Erlangga, H. (2022). *Konsep , Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Haudi, Wijoyo, H., & Cahyono, Y. (2020). Consumer Purchase Decisions In Indonesia ' S Lightweight Roof Effect Of Product Innovation And Marketing Strategy On Consumer Purchase Decisions In Indonesia ' S. *Journal Of Critical Reviews*, 7(July). <https://doi.org/10.31838/jcr.07.13.630>
- Indrasari, D. M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan (Dr. Meithiana Indrasari) (z-lib.org).pdf* (p. 114).
- Irwansyah, R., Listya, K., & Setiorini, A. (2021). *Perilaku Konsumen* (Vol. 5). Widina Bhakti Persada Bandung.
- Keegan, W. j., & Green, M. C. (2013). *Global Marketing*. Pearson Education Limited.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency Of Business*, 5(1), 1–9.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Global Edi). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15 Global). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management* (3rd Ed). Pearson Education Limited.
- Mahdiyan, A., & Hermani, A. (2019). Pengaruh Lifestyle Dan In Store Promotion Terhadap Impulse Buying (Studi Pada Konsumen Matahari Departement Store Java Mall Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(3), 1–11.
- Mardiani, F. N., Wijayanto, H., & Santoso, E. (2020). Pengaruh Persepsi Kualitas Informasi, Gaya Hidup, Dan Kepercayaan Merek, Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Martin Paris Di Ponorogo. *Jurnal Ilmiah Bidang Manajemen Dan Bisnis*, 3(10), 57–63.
- Maria, P. (2014). *Viral Marketing and Social Network*. Business Expert Pers.
- Martin, & Mulyono, S. (2022). *Membangun Loyalitas Mahasiswa Sebagai Upaya Meningkatkan Jumlah Mahasiswa Baru*. Global Aksara Pers.
- Mastarida, F., & Rumondang, A. (2020). *Service Management* (A. Rikki & J. Simarmata (eds.)). Yayasan Kita Menulis.

- Maulana, Y. S., & Marista, M. (2021). The Effect of Brand Image and Brand Trust on Oppo Cellphones Purchasing Decisions In Banjar City. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(2), 214–225.
- Meilano, Y., Hidayat, R., Prodi, D., Pemasaran, M., Terapan, F. I., & Telkom, U. (2020). Analisis Pengaruh Customer Engagement Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skind Aesthetic Analysis Of The Effect Of Customer Engagement And Brand Trust On Purchase Decisions On Skind Aesthetic Products. 6(2), 886–893.
- Naksir, I., Wolok, T., & Niode, I. Y. (2022). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian DKI Martabak Mini Kota Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 102–108. <http://ejurnal.ung.ac.id/index.php/JIMB>
- Nguyen, N. (2020). The Effect of Lifestyle , Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492.
- Oktavianto, R., Ika, N., & Wardhani, K. (2022). Pengaruh Inovasi Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Sidoarjo. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 06(1), 42–50.
- Paramytha, A., Firdiansjah, A., & Darsono, J. T. (2020). The Effect of Non-Celebrity Endorsers and Viral Marketing on Purchase Decisions through Brand Images of Mytha Donuts Fruit Products in Malang. *International Journal of Advance Study and Research Work*, 3(2), 1–8. <https://doi.org/10.5281/zenodo.3674697>
- Pratama, C. A. Z., Dewi, R. S., & Wijayanto, A. (2022). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sunscreen Wardah Melalui Brand Awareness Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Mahasiswa Universitas Diponegoro Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(1), 59–69.
- Raturandang, V. . E. ., Joyce, L., & Mandagie, M. (2022). Keputusan Pembelian Produk Skincare Ms Glow Pada Reseller Pasar 45 Manado The Influence Of Lifestyle, Product Innovation And Viral Marketing On Purchase Decisions For Ms Glow Skincare Products At Reseller. *Jurnal EMBA*, 10(2), 620–631.
- Razak, M. (2016). *Perilaku Konsumen*. Alauddin University Press.
- Rifa'i, K. (2019). *Kepuasan Pelanggan (Customer Satisfaction); Membangun Loyalitas Pelanggan*. 55. <http://digilib.iain-jember.ac.id/693/1/>

- Ritonga. (2018). Manajemen Pemasaran; *Konsep dan Strategi*.
- Rojiati, U., Saloom, M. K. I. G., Rosmawati, M. S., Pi, S., & Fathihani, M. S. (2021). *Teori Perilaku Konsumen* (A. Jibril (ed.)). PT. Nasya Expanding Management.
- Santoso, D. S. A., & Dwijayanti, R. (2022). Pengaruh Viral Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Manajemen Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1).
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siiwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru (Anggota IKAPI).
- Sigar, D., Soepeno, D., & Tampenawas, J. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, Viral Marketing Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat. *Jurnal EMBA*, 9(4), 841–850.
- Sudarmanto, E., & Purba, S. (2022). *Manajemen Kreativitas dan Inovasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta.
- Suliyanto. (2018). *Metode Penelitian Bisnis : Untuk Skripsi, Tesis Dan Disertasi* (A. Cristian (ed.)). ANDI OFFSET.
- Tarigan, A. S., & Siregar, Z. (2019). Pengaruh Harga Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi Kasus Pada Oppo Store, Sinergy Celular Medan). *Jurnal PLANS : Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 14(1), 17. <https://doi.org/10.24114/plans.v14i1.13324>
- Turban, E., King, D., Lee, J. K., Liang, T.-P., & Turban, D. C. (2015). *Electronic Commerce A Managerial and Social Networks Perspective Eighth Edition, Revised Edition* (Eight Edit). Springer International. <http://www.springer.com/series/10099>
- Utama, D. C., Arista, R., Fitriyanto, & Raharjo, A. (2019). Pengaruh Inovasi Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Bekasi. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(7), 767–779.
- Vitantri, F. R., Saptianing, & Hermawan, I. (2020). The Effect of Innovation Products, Lifestyle and Brand Image on Purchase Decision Of Datsun Type

Cars. *JOBS*, 6(2), 135–146.

Widjaja, Y. R., & Alexandra, R. (2019). The Impact Of Viral Marketing On Consumer Interest On Indihome Product. *E-Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 7(1), 103–107.

Wijaya, E., Hafni, L., & Chandra, S. (2021). Lifestyle, Product Innovation, Price, And Brand Image: Impact On Purchase Decision On Samsung Smartphone. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 244–252.

Yanthi, A. D., Hadi, P., & Astuti, M. (2020). Peran Korea Wave, Lifestyle Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Produk Innisfree. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1(1), 179–195.

Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Forum Pemuda Aswaja.

2021. Pedoman Penyusunan Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muria Kudus, Kudus. Hal 1-58

<https://www.marketing.co.id/industri-teknologi-terpacu-bersama-technologue/>
Diakses tanggal 29 Oktober 2022

<https://tekno.kompas.com/read/2022/05/13/12010067/penjualan-smartphone-global-2022-diramal-turun-ini-penyebabnya>. Diakses pada tanggal 29 Oktober 2022

<https://tabloidpulsa.id/strategi-vivo-di-2022-perluas-pangsa-pasar-dan-hadirkan-produk-baru/>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2022

<https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-smartphone-indonesia-terbesar-keempat-dunia-pada-2022>. Diakses pada tanggal 21 Desember 2022

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/17/pengiriman-smartphone-indonesia-turun-143-pada-2022-siapa-jawara-ponsel-ri>. Diakses tanggal 18 Februari 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/22/idc-pertumbuhan-pengiriman-smartphone-samsung-di-ri-tertinggi-pada-kuartal-ii-2022>. Diakses pada tanggal 18 Februari 2023

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/11/21/pengiriman-smartphone-ri-lesu-di-q3-2022-ini-penguasa-pasar-hp-di-indonesia>. Diakses pada tanggal 18 Februari 2023

<https://www.topbrand-award.com/>. Diakses pada tanggal 22 Februari 2023

<https://www.vivo.com/>. Diakses pada tanggal 22 April 2023