

DAFTAR PUSTAKA

- Adisty, N. 2022. Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia. In *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembangan-penggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Agung, A. A. P., & Yuesti, A. 2019. *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif dan Kualitatif*. Bali, CV. Noah Aletheia.
- Alessandrina, D. 2023. *Generasi Z vs Milenial: Dua Generasi Berbeda di Era yang Digital*. <https://www.marketeers.com/generasi-z-vs-Milenial-dua-generasi-berbeda-di-era-yang-digital/>
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung, Alfabeta.
- Amalia, A. C., & Putri, G. S. 2019. Analisa Pengaruh Influencer Social Media Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Generasi Z di Kota Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*, 20(2), 51–59. <https://doi.org/https://doi.org/10.33319/sos.v20i2.42>
- Anisyah, F., Hernawaty, & El-Fikri, M. 2021. Analisis Pengaruh Daya Tarik Iklan, Desain Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Vivo di Millenium ITC Cente Medan. *Ensiklopedia Education Review*, 3(2), 6–12.
- Annisa, F., & Karsa, S. I. 2019. Hubungan Electronic Word of Mouth (eWOM) dengan Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Lokal. *Prosiding Manajemen Komunikasi*, 5(2), 555–562.
- Artaria, F. S., & Agustinus, P. S. 2021. *Perilaku Konsumen*. Pekalongan, PT. Nasya Expanding Management.
- Author's Guide*. Pedoman Penyusunan Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus: Universitas Muria Kudus.
- Badan Pusat Statistik. 2021. Hasil Sensus Penduduk 2020; BPS: Meski Lambat, Ada Pergeseran Penduduk Antar Pulau. In *Setkab*. <https://setkab.go.id/hasil-sensus-penduduk-2020-bps-meski-lambat-ada-pergeseran-penduduk-antarpulau/>
- Bali, S., et al. 2023. A framework to assess the smartphone buying behaviour using DEMATEL method in the Indian context. *Ain Shams Engineering Journal*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.asej.2023.102129>
- Chandra, D. S. 2020. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian *Handphone* Vivo di Kota Medan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 1(3), 108–113.

- Daryanto. 2014. *Sari kuliah Manajemen Pemasaran*. Bandung, PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Dewi, W. W. A. 2022. *Teori Perilaku Konsumen*. Malang, UB Press.
- Farunik, C. G., & Ginny, P. L. 2023. Tantangan dan Peluang Bisnis dalam Beradaptasi dengan Pasar Generasi Z. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2243>
- Ferdinand, A. 2020. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Desertasi Ilmu Manajemen*. Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Sleman, Deepupublish.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang, Badan Penerbit - Undip.
- Goyette, I. et al. 2019. e- WOM Scale: word- of- mouth measurement scale for e-services context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.
- Hair, J. F. et al. 2022. *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. London, Sage Publishing.
- Hamdani, L. 2019. Teori Perbedaan Generasi dan Munculnya Generasi z. In *Penerbit Indonesia Imaji*. <https://indonesiaimaji.com/teori-perbedaan-generasi-dan-munculnya-generasi-z/>
- Herawati, & Khoirotunnisa. 2022. Gaya Hidup dan Citra Merek Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains*, 2(2), 126–135. <https://doi.org/https://doi.org/10.36355/jms.v2i2.851>
- Immanuel, D. M., & Maharia, M. A. 2020. Engaging Purchase Decision of Customers in Marketplace Channel: A Study of Fashion Online Retail. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 7(2), 106–117.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya, Unitomo Press.
- Irwansyah, R. et al. 2021. *Perilaku Konsumen*. Bandung, Widina Bhakti Persada Bandung.
- Ismagilova, E., & Slade, E. 2020. A Meta Analysis of the factors affecting eWOM providing behaviour. *European Journal of Marketing*, 55(4), 1–17.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2014. Principle of Marketing. In *Principle of Marketing*. England, Pearson Education.

- _____. 2015. *Marketing an Introducing Prentice Hall*. In *Marketing an Introducing Prentice Hall*. England, Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. *Marketing Management*. Jakarta, PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kurniawan, G. 2020. *Perilaku Konsumen*. Surabaya, Penerbit Mitra Abisatya.
- Larika, W., & Ekowati, S. 2020. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Oppo. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 128–136.
- Monggilo, Z. M. Z. et al. 2021. *Cakap Bermedia Digital*. Jakarta, Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Mowen, J. C., & Minor, M. 2015. *Perilaku Konsumen*. Jakarta, Penerbit Erlangga.
- Mursid, M. 2014. *Managemen Pemasaran*. Jakarta, Bumi Aksara.
- Nasution, R. I., Nainggolan, P., & Sinurat, A. 2022. Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Generasi Z pada *Handphone* Vivo (Studi Kasus di Kelurahan Baru, Pematangsiantar). *Jurnal Ekonomi USI*, 4(2), 88–100. <https://doi.org/https://doi.org/10.4236/jss.2022.107001>
- Naufal, H. A. (2021). *Literasi Digital*. In *Perspektif*. Bali, Yayasan Jaringan Kerja Pendidikan Bali.
- Nugraha, J. P. et al. 2021. *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan, PT. Nasya Expanding Management.
- Nurliana, & Hasan, S. 2020. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Konsumen Milenial dalam Keputusan Pembelian HP Vivo di Bangkinang Kota. *Jurnal Riset Manajemen Indonesia*, 2(3), 139–148.
- Pavlović-Höck, N. 2022. Herd behaviour along the consumer buying decision process - experimental study in the mobile communications industry. *Digital Business*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.1016/j.digbus.2021.100018>
- Priyatno. 2017. *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Yogyakarta, Andi.
- Rahman, B., & Sultana, S. 2022. Factors Influencing Purchasing Behavior of Mobile Phone Consumers: Evidence from Bangladesh. *Open Journal of Social Sciences*, 10(7), 1–16. <https://doi.org/10.4236/jss.2022.107001>
- Rakib, M. R. H. K. et al. 2022. Factors Affecting Young Customers' Smartphone Purchase Intention During Covid-19 Pandemic. *Heliyon*, 8(9), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e10599>
- Rosalina, L. et al. 2023. *Buku Ajar Statistika*. Padang, CV. Muharika Rumah Ilmiah.

- Saleleng, N., Kojo, C., & Karuntu, M. 2019. Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1057–1067.
- Salim, M. P. 2024. 16 Perbedaan Gen Z Milenial, Simak Latar Belakang Sejarah dan Sosialnya. <https://www.liputan6.com/hot/read/5514497/16-perbedaan-gen-z-milenial-simak-latar-belakang-sejarah-dan-sosialnya>
- Santika, E. F. 2023. Harga Hingga Kualitas, ini yang Dipikirkan Calon Pembeli dalam Memilih Handphone. In *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/03/14/harga-hingga-kualitas-ini-yang-dipikirkan-calon-pembeli-dalam-memilih-handphone>
- Sardjono, W. et al. 2021. The Impact of Digital Literation on Social and Economic Factors in Urban Communities. *ICIC Express Letters*, 15(4), 397–407. <https://doi.org/10.24507/icicel.15.04.397>
- Sarwono, J., & Sahala, A. 2015. *Rumus-rumus Populer dalam SPSS 22 untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta, Andi.
- Sekaran, U., & Bougie, R. 2017. *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Jakarta Selatan, Salemba Empat.
- Setiadi, Nugroho J., Alexander, O., & Yves, P. 2019. *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*. Jakarta, Prenadamedia.
- Silalahi, R. M., & Hartati, R. 2021. Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse (Kasus Pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 2(2), 139–156.
- Siregar, S. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif (Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS)*. Jakarta, Kencana.
- Solomon, M. R. 2020. *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. New York, Pearson.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung, Alfabeta.
- Suherdi, D. 2021. *Peran Literasi Digital di Masa Pandemi*. Sumatera Utara, Cattleya Darmaya Fortuna.
- Sunyoto, D., & Saksono, Y. 2022. *Perilaku Konsumen*. Purbalingga, Eureka Media Aksara.
- Susetyo, D. P., & Firmansyah, D. 2023. Literasi Ekonomi, Literasi Keuangan, Literasi Digital dan Perilaku Keuangan di Era Ekonomi Digital. *Economics and Digital Business Review*, 4(1), 261–279.
- Suwarman, U. 2014. *Perilaku Ekonomi*. Tangerang, Universitas Terbuka.

- Syihab, S., & Hadi, Z. 2019. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk *Handphone* Merek Samsung. *Management Development and Applied Research Journal*, 2, 24–35.
- Tjiptono, F. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. 2016. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta, Andi.
- Wijaya, I. G. N. S., & Ekayasa, M. D. 2022. Perilaku Keputusan Pembelian Generasi Y dan Z dalam Penggunaan E-Commerce di Masa Pasca Pandemi. *Jurnal Nusantara Aplikasi Manajemen Bisnis*, 7(2), 338–357.
<https://doi.org/10.29407/nusamba.v7i2.18357>
- Yanti Nasution, E., & Kurnia, E. 2021. Perilaku Konsumen Gen Y dan Gen Z Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian : Studi Komparatif Japanese Food dan American Food. *Junal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 21(1), 64–75.
<https://doi.org/10.30596/ekonomikawan.v%vi%i.7104>