

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2013). *Statistika Deskriptif Plus Untuk Ekonomi dan Bisnis Edisi Revisi*. Yogyakarta. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Android vs iOS. (2021). <https://www.dewaweb.com/blog/android-vs-ios-mana-yang-lebih-sesuai-dengan-kebutuhan-kamu/>
- Bebby Halkirana Pradesty. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Revlon Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. *Balita BGM*, X, 1–5.
- Breestudio.com/. (n.d.). Segmentasi Pasar Produk Smartphone Samsung, diakses pada 17 maret 2021 pukul 03:56.
- Fatmanovita, R. Y. R. (2006). Pengaruh *Lifesyle*, *Self Concept*, dan Respon Atas *Advertising* terhadap *Brand Preference* pada Produk Wewangian Wanita Merek SHE di Surabaya.
- Fauziyah, P. R. N. (2019). Preferensi dan Gaya Hidup Mahasiswa Sebagai Kelompok Digital Native Dalam Pemilihan Tempat Belajar.
- Ferdiana, R., dan St, M. (2008). Membangun aplikasi *smartclient* pada *platform Windows Mobile*. PT Elex Media Komputindo.
- Fitriani, Desi Ramayani, Citra Areva, D. (2014). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik POND'S pada Mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat. *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 1–9.
- Gs.statcounter.com/. (n.d.). *Mobile Vendor Market Share In Indonesia – October* (2020), diakses pada 18 November 2020 pukul 00:57.
- Harmaita Wijayanti, I., & Seminari, N. (2012). Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian *Handphone* Blackberry Dengan Merek Sebagai Pemoderasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(6), 250135.
- Hsu, J., & Chang, K. (2008). *Purchase of clothing and its linkage to family communication and lifestyles among young adults*. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 12(2), 147–163. <https://doi.org/10.1108/13612020810874854>
- Japarianto, E dan Sugiono, S. (2011). Pengaruh *Shopping Lifestyle* dan *Fashion Involvement* terhadap *Impulsif Buying Behavior* Masyarakat *Hight Income* Surabaya. *Manajemen Pemasaran*.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–24.
- Kanserina, D., Haris, I. A., dan Nuridja, I. M. (2015). Pengaruh Literasi Ekonomi dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Tahun 2015. *Pendidikan Ekonomi Undiksha*.
- Kliknklik.com/content/66-pengertian-smartphone. (n.d.). Pengertian *smartphone*, diakses pada 28 November 2020 pukul 02:38.
- Komalasari, I. J. dan E. (2017). Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Produk *Smartphone* Samsung. 3(1), 173–197. <https://journal>

.uir.ac.id/index.php/valuta/article/view/1294/818

Kotler, Philip; Armstrong, Gary; Harris, Lloyd C.; He, H. (2008). *Manajemen Pemasaran* (13 Jilid 1). Erlangga.

Kotler, Philip Armstrong, Gary Harris, Lloyd C. He, H. (2020). *Principles of Marketing Eighth Europe an Edition*. www.pearson.com/uk

Mandey, S. L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.

Mowen, J.C., dan Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.

Nazir, M. (2014). *Metode Penelitian*. Ghalia Indonesia.

Pranataprinting.com/. (n.d.). Sejarah Perusahaan Samsung, diakses pada 17 Maret 2021 pukul 11:35.

Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Imigrants*. *NCB University Press*, 20(11), 3961–3979. <https://doi.org/10.1177/1461444818783102>

Purwak, P. (2020). Apa perbedaan “*handphone*” dan “*cellphone*”, Diakses pada 18 Vovember 2020 pukul 01:24. <https://id.quora.com/>.

Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>

Samsung.com/. (n.d.). Visi Misi Perusahaan Samsung, diakses pada 17 maret 2021 pukul 02:10.

Santoso, B., & Sahetapy, W. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Generasi Z Di Surabaya. *Agora*, 7(2), 287051.

Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen* (Zoelkifli). Pt. Indeks.

Setiadi, N. J. (2015). *Perilaku konsumen*. Kencana.

Simamora, B. (2003). *Pemasaran Strategik*. Gramedia Pustaka Utama.

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*. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-11-2017-0063>

Situmorang, S. H. dan Lufti, M. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. USU Press.

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif ,kualitatif dan R&D)*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.

Suryani, T. (2008). *Perilaku konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. (118th ed.). Graha Ilmu.

Sutisna. (2003). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Remaja Rosdakarya.

Swasta, H. H. dan B. (2000). *Manajemen Pemasaran Analisis Prilaku Konsumen*. BPEE.

Tampubolon. (1991). *Mengembangkan Minat dan Kebiasaan Membaca*. Angkasa.

- Wahyuni, D. U. (2008). Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek “Honda” di Kawasan Surabaya Barat. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 30-37–37. <https://doi.org/10.9744/jmk.10.1.pp.30-37>
- Wisesa, Y. (2019). Google Singkap Karakteristik Konsumen *Smartphone* di Indonesia, diakses pada 18 November 2020 pukul 00:03. <https://dailysocial.id>
- Yuliana, R. (2009). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian batik Tulis Danar Hadi (Studi Konsumen Wanita pada *Outlet* Danar Hadi di Ponogoro Surabaya). *Manajemen*.