

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Dmour, R., Hammdan, F., Al-Dmour, H., Alrowwad, A. and Khwaldeh, S., 2017. The Effect of Lifestyle on Online Purchasing Decision for Electronic Services: The Jordanian Flying E-Tickets Case. *Asian Social Science*, 13(11), p.157.
- Anwar, S. K., Kusumawati, A., & Sanawiri, B. (2018). THE INFLUENCE OF BRAND AWARENESS AND PRODUCT ATTRIBUTE TOWARD PURCHASE DECISION (Study on the Undergraduate Students of Administrative Science Faculty of 2014 Batch as Samsung Smartphone Consumers and Users Customer). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 55(1), 214-221.
- Apriyandani, H., Yulianto, E., & Sunarti, S. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2014 dan 2015 Universitas Brawijaya Malang yang Membeli dan Menggunakan Smartphone iPhone). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(2), 180-189.
- Arifin, C. (2019). Pertama Kalinya, Oppo Kalahkan Samsung di Pasar Smartphone Indonesia - Tribunnews.com. Retrieved 23 September 2019, from <https://www.tribunnews.com/techno/2019/08/13/pertama-kalinya-oppo-kalahkan-samsung-di-pasar-smartphone-indonesia>
- Darmayanti, N. K., & Jatra, I. M. (2015). Pengaruh Atribut Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Android di Kabupaten Gianyar. *E-Jurnal Manajemen*, 4(2).
- Fadhil, F. H., & Wardhana, A. (2019). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 6(2).
- Hafilah, E., Chaer, V., & Usman, O. (2019). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones. *Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions Samsung Smartphones (January 11, 2019)*.

- Khoiruddin. (2017). Pengaruh *Product Attributes* dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi di Bandar Lampung. Penelitian Skripsi. Universitas Lampung
- Kotler, Philip. & Gary Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Kotler, Phillip dan Kevin L. Keller. (2016). *Marketing Management 16 edition*. New Jersey: Pearson Pertince Hall.
- Magdalena, P. A. (2015). Pengaruh Brand Ambassador Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pengguna Smartphone Samsung). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 23(1).
- Mahbub, A. (2019). Ini 5 Brand Smartphone Paling Laku di Indonesia. Diakses 23 September 2019, from <https://tekno.tempo.co/read/1076588/ini-5-brand-smartphone-paling-laku-di-indonesia>
- Masrin, I., & Yanto, R. P. (2019). Dampak Promosi, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Jurnal Sains Manajemen dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 90-99.
- Maulana, A. (2020). Pengguna Internet Indonesia Didominasi Remaja & Wanita. Retrieved 7 May 2020, from <https://www.liputan6.com/tekno/read/2197439/pengguna-internet-indonesia-didominasi-remaja-amp-wanita>
- Muflih, M., Hamzah, H., & Purniawan, W. A. (2017). Penggunaan smartphone dan interaksi sosial pada remaja di SMA Negeri I Kalasan Sleman Yogyakarta. *Idea Nursing Journal*, 8(1), 12-18.
- OPPO Company - Technology as an art form | OPPO Indonesia. (2019). Retrieved 23 September 2019, from <https://www.oppo.com/id/about/>
- OPPO Mobile Phones - Smartphone List | OPPO Indonesia. (2019). Retrieved 23 September 2019, from <https://www.oppo.com/id/smartphones/>
- Paendong, M. (2016). PENGARUH KEBUTUHAN DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PONSEL SMARTFREN DI GALERI SMARTFREN CABANG MANADO. *JURNAL BERKALA*

ILMIAH EFISIENSI, 16(4).

- Pertiwi, W. (2020). 5 Besar Pasar Smartphone Indonesia Kuartal I-2020, Vivo Teratas Halaman all - Kompas.com. Retrieved 27 June 2020, from <https://tekno.kompas.com/read/2020/05/18/17223937/5-besar-pasar-smartphone-indonesia-kuartal-i-2020-vivo-teratas?page=all#page2>
- Pradesty, B. H. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lipstick Revlon Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara.
- Priansa, Donni Junni (2017). Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer. Bandung: Alfabeta.
- Purwitasari, T., Yulianto, E., & Wilopo, W. (2018). PENGARUH MEREK DAN NEGARA ASAL (COUNTRY OF ORIGIN) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survei pada Mahasiwa pengguna Oppo atau Samsung smartphone di Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan tahun 2013-2015). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 61(1), 100-108.
- Rahman, A. (2020). Vanesha 'Milea' Prescilla Jadi Ambassador Baru Oppo. Retrieved 23 September 2019, from <https://inet.detik.com/consumer/d-4035421/vanesha-milea-prescilla-jadi-ambassador-baru-oppo>
- Rundh, B. (2013). Linking packaging to marketing: how packaging is influencing the marketing strategy. *British Food Journal*, 115(11), 1547-1563. doi: 10.1108/bfj-12-2011-0297
- Rutha, N. L., Bakhtiar, T., & Kirbrandoko (2019). *The Brand Ambassador Effectivenesson Brand Image And Purchasing Decision For Oppo Fseries Smartphone. E-Journal International*.
- Santoso, B. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Sikap terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Generasi Z di Surabaya. *Agora*, 7(2).
- Setiawan, R. A., Putri, Y. R., & Imran, A. I. (2016). Pengaruh Ariel noah sebagai brand ambassador Greenlight terhadap keputusan pembelian konsumen di kota Bandung. *eProceedings of Management*, 3(3).
- Sitompul, D. M. (2015). Pengaruh International Brand Image Dan Atribut Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Terhadap Pengguna Produk Kosmetik Maybelline Di Mahasiswi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20(1).
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- TAMBUNAN, F., JUNIPRIANSA, D., & YUSIANA, R. (2019). Pengaruh Brand Ambassador Sean Gelael Terhadap Keputusan Pembelian Kentucky Fried Chicken (Kfc)(Studi Pada Konsumen Transmart Buah Batu, Bandung 2019). *eProceedings of Applied Science*, 5(2).
- Times, I., & Adhitia, F. (2020). Millennials Dominasi Penggunaan Internet, Kebanyakan untuk Chatting dan Media Sosial. Retrieved 8 May 2020, from <https://www.idntimes.com/news/indonesia/fitang-adhitia/millennials-dominasi-penggunaan-internet-kebanyakan-untuk-chatting-dan-media-sosial-1>
- Warayanti, W., & Suyanto, A. M. A. (2015). The influence of lifestyles and consumers attitudes on product purchasing decision via online shopping in Indonesia. *European journal of business and management*, 7(8), 74-80.