

## DAFTAR REFERENSI

- Amilia, Suri. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan 6 (1) ISSN: 2252-844X.
- Ashal, A. L. 2018. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis.
- Badjamal, F. A. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Di Kota Palu*. Jurnal Trend, 7 (2). 1-11.
- Cahyono, Edi. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal JBMA 5 (1) ISSN: 2252- 5483.
- Firmansyah, M. A. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Forenbacher, I. et. al. 2019. *Determinants Of Mobile Phone Ownership in Nigeria*. Elsevier Telecommunication Policy, 43. 1-12.
- Illiyyin, R dan Rahmawati, I (2021). *Pengaruh Motivasi, Persepsi dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo*. Jurnal Ilmiah Hospitality 103 10 (1) ISSN: 2685-5534.
- Kamugisha, E. R. T. 2017. *The Basics of Business Management – Vol II: Marketing, Logistics, Procurement and Law*. Bookboon.com.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring. 2016. *KBBI Daring*. Diunduh tanggal 09 Mei 2020, <https://kbbi.kemindukbud.go.id/entri/motivasi>.
- Kartajaya, H. 2010. *Brand Operation*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and G. Amstrong. 2014. *Principle Of Marketing 15<sup>th</sup> edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P. and G. Amstrong. 2016. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. and K. L. Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi Ketigabelas Jilid 1*. Jakarta: Salemba, PT. Indeks.
- Kriyantono, R. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: kencana Prenadamedia Group.
- Limakrisna, S. (2011). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis (2nd ed.)*. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Logo Vivo. Diunduh tanggal 20 Mei 2021. <https://www.vivo.com/id/>

Neolaka, A. 2014. *Metode Penelitian dan Statistik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rahim, A. *et. al.* 2016. *Factors Influencing Purchasing Intention of Smartphone Among University Students*. Elsevier Procedia Economics and Finance, 37, 245-253.

Rossanty, Y. *et. al.* 2018. *Consumer Behavior in Era Millenial*. Medan: Lembaga Penelitian dan Penulisan Ilmiah Aqli.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset

Saptutyningsih, E. and E. Setyaningrum. 2019. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis*. Yogyakarta: Gosyen.

Sejarah Vivo. 2021. Diunduh tanggal 20 Mei 2021, <https://id.m.wikipedia.org>

Wikipedia Bahasa Indonesia. 2021. *VIVO*. Diunduh tanggal 20 Mei 2021, <https://www.vivo.com>