

DAFTAR RUJUKAN

- Abraham, M. (2008). *Seri manajemen sumber daya manusia (memotivasi Pegawai) cet, 5 Jakarta: PT.Elek media koputindo (Dua Belas)*. Salemba Empat.
- Adiputra. (2020). *Faktor –Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Laptop Merek Asus Pada Siswa Jurusan Teknik Komputer dan Jaringan di SMK Ti Bali Global Singaraja*.
- Adnyani. (2019). *Faktor-Faktor Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Kamera Merek Canon Pada Siswa-Siswi Jurusan Multimedia Di SMK Negeri 3 Singaraja. Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha*.
- Aini. (2016). *Faktor - Faktor Yang Menentukan Yang Menentukan Keputusan Pembelian Produk Smartphone*.
- Ali, Z. (2017). *Metode Penelitian Hukum*. Sinar Grafika.
- Anas, M. (2015). *Analisis Pengaruh Brand Equity dan Country of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Lenovo dan Smartphone Asus di Kota Padang*. Universitas Andalas Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.
- Ariani, D. W. (2003). *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Ghalia Indonesia.
- Ariezt. (2018). *Faktor- Faktor Yang Menentukan Prilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nasional Banjarmasin)*.
- Barnadib, M. F. Al, Julianto, D. E., & Handini, Y. D. (2015). *Inovasi Berbasis Kemasan Pada Keripik Pisang UD Shabrina di Lumajang. E-Sospol Xxx*.
- Conlon, C., & Mortimer, J. (2010). *Effects of product availability: experimental evidence. Journal of Business Management and Economic Studies*, 1–41.
- Dwiningrum, S. I. A. (2012). *Ilmu Sosial & Budaya Dasar*. UNY Press.
- Faizal. (2021). *Analisis Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Nol Derajat Cikampek Karawang*.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gary, B. S., Thomas, J. C., & Misty, E. V. (2007). *Discovering Computers : Fundamentals, 3th ed. (Terjemahan)*. Salemba Infotek.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. 8th ed.* Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, R. W., & Elbert, R. J. (2007). *Bisnis, edisi Kedelapan.* Erlangga
- Hair, J. J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2006). *Multivariate Data Analysis* (6th ed.). Prentice-Hall International, Inc.
- Harahap, D. A. (2015). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan.*
- Husein, U. (2011). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi 11.* PT Raja Grafindo Persada.
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2009). *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen.* BPFE.
- Juliadi. (2018). *Penyebab Penggunaan Gadget Pada Remaja.* FKIP.
- Kamil, M. F. (2016). *Pengaruh Gadget Berdampak Kepada Kurangnya Komunikasi.*
- Katadata. (2023). Laporan IDC: Pasar Smartphone Indonesia Merosot 11.9% Kuartal I 2023. Retrieved from <https://katadata.co.id/lavinda/digital/647d9f4c3ed6f/laporan-idc-pasar-smartphone-indonesia-merosot-119-kuartal-i-2023>
- Kotler, & Amstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition.* Pearson Education Limited.
- Kotler, P. (2003). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2.* PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P. (2006). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Terjemahan Hendra Teguh dkk.* PT. Prenhalindo.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid I* (12th ed.). Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas.* PT. Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1* (Ketiga Bel). Erlangga.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., & McDaniel., C. (2001). *Pemasaran. Buku 1.* Salemba Empat.

- Lea-Greenwood, G. (2012). *Fashion Marketing Communications Ebook*. Somerset, NJ,. Wiley.
- Mangkunegara, A. P. (2002). *Perilaku Konsumen, Edisi Revisi*. Refika Aditama.
- Purbohastuti. (2017). *Faktor -Faktor Yang Berpengaruh terhadap keputusan pembelian smartphome dikalangan mahasiswa D3 Marketing*.
- Putri, B. R. T. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Rahmawati. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Mulawarman University Press.
- Rinto. (2020). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha Pada Toko Aneka Motor Suda Di Kec. Alla Kab. Enrekang. Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis. Unversitas Muhhamadiyah Makassar*.
- Santoso, G. (2004). *Ergonomi Manusia, Peralatan dan Lingkungan. Cetakan I*. Prestasi Pustaka.
- Satya. (2018). *Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Buku Gramedia di Kota Semarang*.
- Schiffman, & Kanuk. (2009). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Indeks.
- Siregar, S. (2011). *Statistika Deskriptif untuk Penelitian*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta.
- Suharni. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Oriflame Pada Pt. Orindo Alam Ayu Di Pekanbaru*. UIN Suska Riau.
- Sunarti. (2018). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian.(Survei Pembeli smartphome pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)*.
- Suprpto. (2019). *Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Smartphone (Studi Kasus pada konsumen martphome di Yogyakarta)*.
- Tanama, B. R. (2014). *Manajemen Pemasaran. Fakultas Peternakan*. Universitas Udayana.
- Wibisono, Y. (2017). *Christopel Pratanto Blog. Retrieved Agustus 27, 2019, from management sustainability and human factors (manajemen berkelanjutan)*.

Wibowo, S. F., & Karimah, M. P. (2012). Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian sabun lux (survei pada pengunjung mega Bekasi hypermall). *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1).

Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran*. CV. Cahaya Press.

Yudiana, I. M., Yulianthini, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2020). Faktor-Faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam menggunakan jasa pengiriman barang pada JNE Negara. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 8(2).

Yudistira. (2019). *Faktor-Faktor Yang menentukan Keputusan Pembelian Produk Future Culture Di Singaraja*.

