

DAFTAR PUSTAKA

- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>.
- Ahmadfajarn.wordpress.com. (2015). Perkembangan Teknologi Smartphone. <https://ahmadfajarn.wordpress.com/2015/01/23/perkembangan-teknologi-smartphone/> (diakses 30 Maret 2020).
- Amin, A. M., & Sally. (2013). Analysis Of Effect Of Brand Equity On Decision Of purchase Iphone (Case Study On Community In Pekanbaru City). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Anita, D., & Hamidah, S. (2013). Analisis Persepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Android (Studi Kasus Stie Pelita Indonesia). *Jurnal Ekonomi Universitas Riau*, 21(04), 8706.
- Artianty, N. (2016). Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis Vol.*, 16(02), 68–81. <https://doi.org/10.30596/jimb.v16i2.958>.
- Azhar, N., & Ardi, M. (2008). Uji validitas dan reliabilitas paket multimedia interaktif. *Ilmu Komputer*, 1–15.
- Bruno, L. (2019). Pengaruh Ekuitas Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan Juke. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- cncindonesia.com, ini 7 ponsel paling inovatif dalam satu dekade terakhir, inovasi teknologi pada samrtphone iphone, 17 desember 2019 13.25 (diakses 18 maret 2020) tersedia dari <https://www.cncindonesia.com/tech/20191217131606-37-123719/ini-7-ponsel-paling-inovatif-dalam-satu-dekade-terakhir>.
- Dewi, M. K., & Rahadhini, M. D. (2013). Efek Moderasi Kepuasan Konsumen Pada Pengaruh Harga Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 13(1), 1–13. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Dharmawan, D., & Berlianto, M. P. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone. *Jurnal Manajemen Ekonomi*, 138, 138.

- Dina Amanda. (2017). *Pengujian Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Antara Pengaruh Kepercayaan Dan Atribut Produk Tabungan Batara Ib Terhadap Loyalitas Nasabah (Studi Pada Pt. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk, Kantor Cabang Syariah Palembang)*.
- Gifary, S., & N., I. K. (2015). INTENSITAS PENGGUNAAN SMARTPHONE DAN PERILAKU KOMUNIKASI (Studi Pada Pengguna Smartphone di Kalangan Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Telkom). *Jurnal Sositologi*, 14(2), 170–178. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.2.7>.
- Herma Yunitasari, S. ., & Ahyar Yuniawan, S.E., M. S. (2006). Analisis Pengaruh kesadaran merek Persepsi Kualitas Dan Loyalitas Merek Terhadap Nilai Pelanggan Mobil Merek Toyota. *Jurnal Studi Manajemen*, 3(2).
- Idrakusuma, B. A. (2011). *Analisis Pengaruh Pendekatan Experiential Marketing Yang Menciptakan Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Blackberry Smartphone*.
- Keller, K. L. (2010). Brand equity management in a multichannel, multimedia retail environment. In *Journal of Interactive Marketing* (Vol. 24, Issue 2). Direct Marketing Educational Foundation, Inc. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2010.03.001>.
- Kompasiana.com. 2019. Kemajuan Teknologi Komunikasi Menjadi Smartphone. <https://www.kompasiana.com/dizamuhhammadlatief/5cd3a9b395760e08b13adef5/kemajuan-teknologi-komunikasi-menjadi-smartphone> (diakses 30 Maret 2020).
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64–81.
- Maharani, N. (2015). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Managemen & Bisnis*, 12(1), 17.
- Mahendra, M. H., W, H. D., & Prabawani, B. (2014). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Pelayanan, Dan Switching Cost Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–9.
- Nurrahman, I., & Utama, R. D. H. (2016). Pengaruh Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada pembeli smartphone Nokia series X di BEC Bandung). *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education*, 1(1), 54–63. www.techno.okezzone.com.
- Panggabean, D. M. (2006). *Analisis Pengaruh Faktor Faktor Ekuitas Merek Papa Ron's Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Restoran Papa Ron's Di Medan)*.

- Pontoh, I. E. (2013). Analisis Pengaruh Product Attribute Dan Luxury Value Terhadap Loyalitas Pengguna Iphone Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Mahasiswa Atmajaya). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Prabhawedasattya, I. G. A. P. A., & Yasa, N. N. K. (2013). *Pengaruh Ekuitas merek Terhadap Preferensi Merek Dan Niat Beli Konsumen Pada Produk Iphone Di Kota Denpasar*. 300.
- Prawira Bayu, & Yasa, N. N. K. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*, 3642–3658.
- Rahmat, H. (2015). Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philips (Studi Kasus Pada Mahasiswa Telkom University). *E c O D Emi c a .*, III(1), 305–310. <https://doaj.org/article/700ed6e64b1941608a3db96cecf2ecd7>.
- Sari, N. K. L., & Santika, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 06, 4099–4126. <https://doi.org/10.11428/jhej1987.42.189>.
- Setiawan, A. T., DH, A. F., & Sanawiri, B. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014 / 2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli , Menggunakan dan Mengetahui Smartphon. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 62(1), 73–81.
- Sidanti, H. (2015). Pengaruh lingkungan kerja, disiplin kerja dan motivasi kerja terhadap kinerja pegawai negeri sipil di sekretariat dprd kabupaten madiun. *Jurnal JIBEKA*, 9, 10.
- Sitinjak, T., & Angeline. (2011). *Pengaruh Inovasi Dan Harga Produk Terhadap perilaku pembelian Smartphone Blackberry Di Wilayah Jakarta Barat*. 18(2), 117–129.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Sudomo, S. (2013). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Pepsodent di Kabupaten Bantul). *Jbma*, 1(2), 33–48.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

- Susa3nti, M. K. W. S. R. (2016). *Pengaruh Inovasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Samsung Dengan Brand Image Sebagai Variabel Moderasi (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UNISRI Surakarta)*. 51–62.
- Teknologi.bisnis.com, Inovasi *Smartphone* Paling Canggih Sepanjang 2019, Inovasi Teknologi Pada Smartphone, 23 Desember 2019, 18.24 (diakses 19 Maret 2020), <https://teknologi.bisnis.com/read/20191223/280/1184040/inovasi-smartphone-paling-canggih-sepanjang-2019#>.
- Weenas, J. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618.
- Wicaksono, D. (2013). *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek Terhadap Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Pengguna iPhone di Kota Semarang)*.
- Widiyastuti, M., & Pamudji, S. (2009). Pengaruh Kompetensi, Independensi, dan Profesionalisme Terhadap Kemampuan Auditor Dalam Mendeteksi Kecurangan. *Universitas Diponegoro Semarang*, 5(2), 52–73. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>.
- Wijaya, C. A. (2013). *MOTIF MASYARAKAT SURABAYA DALAM MENGGUNAKAN IPHONE Pendahuluan*. Universitas Kristen Petra Surabaya.
- .Wijaya, D. S. (2011). *Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. 1–78.
- Wong, K. K. K.-K. (2013). 28/05 - Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Techniques Using SmartPLS. *Marketing Bulletin*, 24(1), 1–32. http://marketing-bulletin.massey.ac.nz/v24/mb_v24_t1_wong.pdf \n[http://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_\(PLS-SEM\)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf](http://www.researchgate.net/profile/Ken_Wong10/publication/268449353_Partial_Least_Squares_Structural_Equation_Modeling_(PLS-SEM)_Techniques_Using_SmartPLS/links/54773b1b0cf293e2da25e3f3.pdf).
- Wulansari, A. (2013). Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik Kota Baru, Manyar Gresik). *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 388–401.
- Yulia, Y. A. (2016). Pengaruh *Pengalaman Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Produk Iphone Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Di Surakarta*. 3(1), 23–30.

Yusuf, M. R. (2018). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Gudeg "Yu Djum" di Yogyakarta)*.