

DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Sri Wahjuni dan Cahyadi, I Gde. 2007. *Pengaruh Elemen Ekuitas Merek terhadap Rasa Percaya Diri Pelanggan di Surabaya Atas Keputusan Pembelian Kartu Perdana IM3*. *Majalah Ekonomi*, Tahun XVII, No. 2 Agustus 2007.
- Dian Ayu Puspita Ardy. 2013. *Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Blackberry Curve 9300*
- Endang Ratnaningsih. 2015. *Pengaruh Viral Marketing Terhadap Brand Equity Pada Pengguna Smartphone Samsung di Yogyakarta*
- Ganda Manurung. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan pembelian Smartphone OPPO*
- Gladwell, Malcolm. 2000. *The Tipping Point: How Little Things Can Make a Big Difference*. Boston: Little, Brown.
- Helm, S. 2000. *Viral Marketing-Establishing Customer Relationship by 'Word of Mouse'*. *Electronic Markets*. 10 (3), pp. 158-161.
- Hidayah, T. N. (2016). *Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Produk Kapal Api White Coffeedi Kabupaten Brebes*. Vol. 4, No. 2, September 2016 Hal. 177-201 ,
- Julian Jatiwinoto. 2018. *Pengaruh Viral Marketing terhadap Keputusan Membeli melalui kepercayaan konsumen Swiwings Chicken Jember*
- Kotler, P., & Keller, K. 2008. *Manajemen Pemasaran (13ed., Vol.1)*. Jakarta: Erlangga.
- Lusi Agustina, Rois Arifin dan M. Hufron. 2019. *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Promosi, Citra Merek dan Viral Marketing terhadap keputusan pembelian smartphone OPPO*
- Ganda Manurung. 2017. *Pengaruh Ekuitas Merek dan Word of Mouth Terhadap Keputusan pembelian Smartphone OPPO*
- Mandey, Silvy L. 2009. *Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal* Vol. 6. No. 1.
- Nugraheni, P. N. A. 2003. *Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal*. Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.

- Nurlaela Tresna Siti. 2013. Efektifitas Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. ABC.Skripsi. Bandung: Universitas Widyatama.*
- Prajnagaja, S. D. (2015). DAMPAK BRAND EQUITY PADA KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI BRAND PREFERENCE KONSUMEN PADA PRODUK TELEVISI MEREK SONY DI KOTA PEKANBARU**
- Putro Bagus Sulistyو. 2015. Analisis Pengaruh Viral Marketing terhadap pembentukan Brand Awareness dan Keputusan Pembelian(Studi kasus pada twiter @JEMBERBANGET)*
- Rangkuti, Freddy. 2002. The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta*
- RESKI WIJAYA. 2017. PENGARUH EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG DI KOTA MAKASSAR**
- Risa Amelia. 2016. Pengaruh Ekuitas Merek, Gaya Hidup dan Persepsi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Huawei di Surabaya*
- Nadya Vreda Melati. 2017. Pengaruh Produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung*
- Setiadi, Nugroho. 2003. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat.*
- Sri Rahayu Zuhriyah Silvia Bonita. (2015). PENGARUH GAYA HIDUP DAN PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP. Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya Vo.13 No.3*
- Sumarwan, Ujang. 2011. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.*
- Supranto & Limakrisna. 2011. Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran "Untuk Memenangkan Persaingan Bisnis". Edisi 2. Jakarta : Penerbit Mitra Wacana Media*
- Swastha, Basu & Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.*
- Simamora, Bilson. 2003. Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat. Jakarta: Gramedia Pustaka.*