

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2016). Ujian Online Mahasiswa Ilmu Komputer Berbasis Smartphone. *Proceedings Seminar Nasional Riset Ilmu Komputer*, 1(1), 121–128.
- Agustina, D., Najib, M., & Suharjo, B. (2016). Pengaruh Personalisasi Iklan Online Terhadap Sikap dan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 6(3), 367–386.
- Arafaina, Y., & Amri, A. (2018). Pengaruh Iklan Online Zalora Indonesia Terhadap Kesadaran Merek Pada Masyarakat Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3(2), 233–244.
- Bawelle, C. F. N., Lintong, F., & Rumampuk, J. (2016). Hubungan Penggunaan Smartphone dengan Fungsi Penglihatan pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sam Ratulangi Manado Angkatan 2016. *Jurnal E-Biomedik*, 4(2), 1–6.
- Chine, B. ., Chine, C. B., Akunne, C. J. O., & Udeze, C. (2019). Peer Influence and Product Advertisement as Predictors of Smartphone Consumer Buying Behaviour. *Global Journal of Applied, Management and Social Sciences*, 16(1), 228–238.
- Çifci, S., Ekinci, Y., Whyatt, G., Japutra, A., Molinillo, S., & Siala, H. (2016). A Cross Validation of Consumer-Based Brand Equity Models: Driving Customer Equity in Retail Brands. *Journal of Business Research*, 69(9), 1–8.
- Deshwal, P. (2016). Online Advertising and Its Impact on Consumer Behavior. *International Journal of Applied Research*, 2(2), 200–204.
- Fitriani, D. (2018). Analisis Pengaruh Penggunaan Teknologi Informasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Asuransi Jiwasraya Pontianak. *Cogito Smart Journal*, 4(1), 160–170.
- Hendrani, E., & Tanamal, R. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Adopsi Aplikasi Uber Sebagai Penyedia Jasa Transportasi di Surabaya. *Jurnal Informatika*, 14(1), 1–8.
- Ina, M. (2019). Analysis of Online Video Advertising Factors Influencing Attitudes towards Social Media Advertising and Purchase Intention on Social Media (YouTube): Research on Millennials in Jakarta. *International Journal of Information Communication Technology and Digital Convergence*, 4(1), 8–18.
- Ji, H.-R., & Yoh, E. (2018). Effect of Information Direction and Order of Product Review Posts on Consumer Responses: The Case of Cosmetics Power Bloggers. *Fashion, Industry and Education*, 16(1), 19–35.
- Josi, A. (2017). Perancangan dan Implementasi E-Jurnal pada Unit Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (UP2M) STMIK Prabumulih. *Journal of Informatics Pelita Nusantara*, 1(2), 1–5.

- Lee, E. B., Lee, S. G., & Yang, C. G. (2017). The Influences of Advertisement Attitude and Brand Attitude on Purchase Intention of Smartphone Advertising. *Industrial Management and Data Systems*, 117(6), 1011–1036.
- Lee, Y.-G., Byon, K. K., Ammon, R., & Park, S.-B. R. (2016). Golf Product Advertising Value, Attitude Toward Advertising and Brand, and Purchase Intention. *Social Behaviour and Personality*, 44(5), 785–800.
- Lu, B., Fan, W., & Zhou, M. (2016). Social Presence, Trust, and Social Commerce Purchase Intention: an Empirical Research. *Computers in Human Behavior*, 56(1), 225–237.
- Margaretha, & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh Faktor Sosial, Pribadi, dan Psikologis Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Teater JKT48 dengan Brand Love Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 3(3), 413–422.
- Martins, J., Costa, C., Oliveira, T., Gonçalves, R., & Branco, F. (2017). How Smartphone Advertising Influences Consumers' Purchase Intention. *Journal of Business Research*, 94(1), 1–10.
- Murti, F. M., & Suharti. (2015). Analisis Positioning Smartphone Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 34–43.
- Orús, C., Gurrea, R., & Flavián, C. (2016). Facilitating Imaginations Through Online Product Presentation Videos: Effects on Imagery Fluency, Product Attitude and Purchase Intention. *Electronic Commerce Research*, 17(4), 661–700.
- Pushpakala, R., HemaDivya, H., Sathya, B., & Raja, G. M. (2018). A Novel Internet Multimedia Advertising Approach Using Behaviour Prediction. *International Journal of Pure and Applied Mathematics*, 119(15), 1441–1449.
- Suryani, A. N. (2018). Pengaruh Iklan Smartphone Terhadap Perilaku Brand Switching Konsumen Bayung Lencir Musi Banyuasin. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 1(2), 36–48.
- Syafaruddin Z, Suharyono, & Kumadji, S. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronicword of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 65–72.
- Wibowo, B. S. (2018). Pengaruh Instagram Online Store, Konformitas dan Iklan Televisi Terhadap Perilaku Konsumtif Serta Dampaknya Terhadap Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Teori Dan Implementasi*, 9(1), 1–12.
- Wirawan, I. M. (2016). Pendekatan Komputasi Numerik Metode Regresi pada Penelitian yang Mengamati Suatu Kecendrungan/Trends Terhadap Peningkatan Hasil/Prestasi Belajar. *Tekno*, 25(1), 17–24.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Realibilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23.