

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, N., Gabriella, P., & Zalicha, S. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Iphone Apple Yang Dilakukan Oleh Orang Yang Tinggal di Jabodetabek. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 254-263.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabet.
- Annur, C. M. (2022, September 26). *Databoks*. Retrieved from Databoks katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/26/apa-yang-membuat-konsumen-setia-pakai-iphone-ini-surveinya>
- Anonim. (2019). *Adaptasi Kehidupan Masyarakat Pesisir (Sebuah Kajian Komprehensif)*. Klaten: Lakeisha.
- Anonim. (2022, September 30). *iPhone 14 Tidak Laku, Apple Kendorkan Produksi*. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220930073225-185-854535/iphone-14-tak-laku-apple-kendorkan-produksi#:~:text=Ponsel%20pintar%20terbaru%20dari%20Apple,total%20tambahan%206%20juta%20unit>.
- Anshori, M., & Iswati, S. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Ansori, M. S., Mansur, M., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Iphone FineApple_ID). *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11, 10-24.
- Ansori, S. M., Mansur, M., & Wahono, B. (2022). Pengaruh Harga, Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Malang (Studi Kasus Pada Konsumen Iphone FineApple_ID). *E-JRM : Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 11, 10-24.
- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padangsidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Arinawati, E., & Suryadi, B. (2021). *Penataan Produk*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Bancin, J. B. (2021). *Citra Merek Dan Word of Mouth (Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina)*. Surabaya: CV.Jakad Media Publishing.

- Brahim, M. N. (2021). *Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: Penerbit Andi (Anggota IKAPI).
- Brahim, M. N. (2021). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*. Yogyakarta: ANDI (Anggota IKAPI).
- Chauhan, K. (2022, March 8). *Counterpoint*. Retrieved from Counterpoint research: <https://www.counterpointresearch.com/global-top-10-smartphones-2021/>
- Clinten, B. (2022, November 7). *Indikasi iPhone SE 2022 Tidak Laku di Pasaran*. Retrieved from Kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2022/03/30/07033097/indikasi-iphone-se-2022-tidak-laku-di-pasaran?page=all>.
- Darma, B. (2021). *Statistika Penelitian Menggunakan SPSS (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji F, R²)*. Jakarta: Guepedia.
- Dewi, L. K., Wardana, I. M., Yasa, N. N., & Sukaatmadja, I. P. (2021). *Entrepreneurial Marketing, Customer Relationship Marketing, Inovasi Produk, dan Daya Saing UKM : Konsep dan Aplikasi Dalam Penelitian*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Effendie, H. (2017). *Keuangan Negara Suatu Tinjauan Komprehensif dan Terpadu*. Surabaya: Pusat Penerbitan dan Percetakan Universitas Airlangga (AUP).
- Estiana, R., Karomah, N. G., & Setiady, T. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi pada UMKM*. Yogyakarta: Deepublish.
- Ferdinand, & Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fuad, M. Z., Sartimbul, A., Iranawati, F., Sambah, A. B., Yona, D., Hidayati, N., . . . Rahman, M. A. (2019). *Metode Penelitian Kelautan dan Perikanan*. Malang: UB Press.
- Gunawan, A. (2021, October 25). *7 Fitur Unggulan iPhone yang Belum Ada di Android*. (IDN TIMES) Retrieved July 24, 2022, from <https://www.idntimes.com/tech/trend/arifgunawan/7-fitur-unggulan-iphone-yang-belum-ada-di-android>
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan Pembelian Konsumen Marketplace Shopee Berbasis Social Media Marketing*. Padangsidimpuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Cirebon: Penerbit Insania.

- Hatuwe, R. S., & Kaimudin, A. (2022). *Variabel Intervening Mengelola Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Pegawai Tidak Tetap (PTT)*. Malang: Rena Cipta Mandiri.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 177-184.
- Hernawan, B. (2021, Maret 17). *7 Alasan iPhone 12 Mini Dibilang Gak Laku, dari Harga Hingga 5G*. Retrieved from makemac.grid.id: <https://makemac.grid.id/read/212605730/7-alasan-iphone-12-mini-dibilang-gak-laku-dari-harga-hingga-5g?page=all>
- Janna, N. M. (2021). Konsep Uji Validitas dan Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS. *OSF Preprints*, 2-12.
- Keller, K., & Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice.
- Khaerunnisa. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa. *Economic Bosowa Journal*, 7(001), 170-183.
- Khaerunnisa. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa. *Economis Bosowa*, 7(1), 170-183.
- Khaerunnisa, Remang, H., & Yunus, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa. *Economic Bosowa Journal*, 7(001), 170-183.
- Khaerunnisa, Remmang, H., & Yunus, K. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Bosowa. *Economic Bosowa Journal*, 7(001), 170-183.
- Khalik, I. (2022). *Penetapan Atribut Produk dan Harga Terhadap Penciptaan Nilai Serta Dampaknya Pada Kinerja Pemasaran*. Cirebon: Penerbit Insania.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles Of Marketing 17th edition (Global Edition)*. New Jersey: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition (Global)*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian : Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse. *JIMT : Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 605.

- Kusuma, P. P., Ekawati, N. W., & Yasa, N. N. (2022). *Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Niat Beli*. Jawa Tengah: Lakeisha.
- Lesmana, R., & Ayu, S. D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah PT Paragon Technology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2((PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893), 60.
- Liswati. (2018). *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Teknik Komputer Jaringan*. Jakarta: PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan Untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Yogyakarta: Andi.
- Mardida, d. (2021). Strategi Pemasaran Untuk Berbagai Tahap Dalam Daur Hidup. In *Strategi Pemasaran* (pp. 87-88). Yayasan Kita Menulis.
- Meithiana, I. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Muqtadin, B., Widarko, A., & Khalikussabir. (2018). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk HP Apple (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unisma Malang). *E-Journal Riset Manajemen*, 74-81.
- Musafar, T. F. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia (CV.Media Sains Indonesia).
- Musafar, T. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musafar, T. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Musfirah, Burhan, I., Afifah, N., & Sari, S. N. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Solok: Insan Cendekia Mandiri.
- Nugraha, B. (2022). *Pengembangan Uji Statistik : Implementasi Metode Regresi Linear Berganda dengan Pertimbangan Uji Asumsi Klasik*. Sukoharjo: Pradina Pustaka.
- Nursaimatussaddiya, & Cen, C. C. (2022). *Keputusan Pemilihan Jasa Berbasis Citra Merek dan Promosi*. Padang Sidempuan: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Pandu'u, S. D. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone.
- Pengaruh Harga, Citra Merek. (2022). 11.
- Prihatiningsih, D. (2022). *Mudahnya Belajar Statistik Deskriptif*. Purwodadi: CV.Sarnu Untung.
- Purwanto, A. (2022). *Konsep Dasar Penelitian Kualitatif*. Lombok Tengah: Insan Cendekia Indonesia Raya.
- Puspita, Y. D., Dwi, G., Rusti, K., Dewi, S., & Eka, N. (2021). *Riset Populer Pemasaran*. Bandung: Media Sains Indonesia.

- Putra, F. A. (2019). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (STUDI PADA KONSUMEN IPHONE DI UNIVERSITAS BRAWIJAYA). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 14.
- Putra, I. G., Maharani, I. A., & Soraya, D. (2021). *Kewirausahaan*. Bali: Nilacakra.
- Ramdhani, D., Merida, Hendrani, A., & Suheri. (2020). *Akuntansi Biaya (Konsep dan Implementasi di Industri Manufaktur)*. Yogyakarta: CV Markumi.
- Rangkuti, F. (2013). *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Riyanti, R., Iriyanto, S., & Nurhayanti. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added : Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 7.
- Riyanti, R., Iriyanto, S., & Nurhayati. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added : Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 1.
- Riyanto, D. W. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Riyanto, D. W., & Permana, G. I. (2022). *Dampak Pemasaran Sosial Media dan Citra Merek Terhadap Niat Beli*. Malang: Pustaka Peradaban.
- Rizaty, M. A. (2022, Februari 21). *Penjualan iPhone capai 242 juta unit pada 2021*. Retrieved from Databoks: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/21/penjualan-iphone-capai-242-juta-unit-pada-2021#:~:text=Sepanjang%202017%2D2021%2C%20volume%20penjualan,berjumlah%20196%2C9%20juta%20unit.>
- Roflin, E., Liberty, I. A., & Pariyana. (2021). *Populasi, Sampel, Variabel dalam Penelitian Kedokteran*. Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management.
- Romli, N. A., Lena, S. V., Tingga, C. P., Sugiat, M. A., Widati, E., Lie, D., . . . Anggraini, N. (2022). *Marketing 4.0: Konsep dan Implementasinya*. Bandung: Media Sains Indonesia.
- rosa lesmana, s. d. (2019). pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian kosmetik wardah PT Paragon Technology And Innovation. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2((PRINT) 2598-0823, (ONLINE) 2598-2893), 60.
- Sudaryono. (2021). *Statistik I*. Yogyakarta: Andi.

- Sugeng, B. (2022). *Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif)*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 5.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 19.
- Supangkat, A. H., & Supriyatin. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 19.
- Supu, L. P., Lumanauw, B., & Poluan, J. G. (2021). Pengaruh Harga Produk, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung di Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 919-928.
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10(1), 12.
- Taufik. (2021). *Pengendalian Kualitas Produk Perlengkapan Kamar Mandi (Sanitary Aesessories) Menggunakan Metode DMAIC*. Tangerang Selatan: Pascal Books.
- Tingga, C. P., Geno, Z. A., Rizkia, N. D., Irmal, Febrina, R., Djaniar, U., . . . Satmoko, N. D. (2022). *Manajemen Merek*. Bandung: CV.Media Sains Indonesia.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Utama, I. G., & Suyasa, N. L. (2018). *Segmentasi Pengunjung Daya Tarik Wisata Warisan Budaya Dunia Jatiluwih*. Yogyakarta: Deepublish.
- Waluyo, L. (2021). *Pengantar Komunikasi Pemasaran Digital*. Malang: Madza Media.
- Wolff, M., Willem.J.F.A.Tumbuan, & Lintong, D. C. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi*, 10(1), 1671-1681.