

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, R., Hinggo, H. T., & Zaki, H. (2023). Pengaruh Brand Ambassador , E-Wom , Dan Brand Trust. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 433–445.
- Aldini, Ahmad Feriyansyah, & Sella Venanza. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53. <https://doi.org/10.52005/aktiva.v3i1.130>
- Alhikam Pratama, R. S. K. F. (2023). Pengaruh Indikator, Brand Trust dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 3, 252–264. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5190>
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Indikator dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39–50. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Aswin, U. R., Hidayat, D., & Gustina, L. (2023). Analysis Of The Influence Of Brand Awareness, Brand Associations, And Lifestyle On Purchase Decision Process iPhone (Consumer Survey in Padang City). *Jurnal Manajemen Stratejik Dan Simulasi Bisnis*, 4(1), 33–40. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.33-40.2023>
- Aulia & Wati. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 4(2), 84–96. <https://doi.org/10.56127/jaman.v4i2.1610>
- Beno, J., Silen, A. ., & Yanti, M. (2022). Pengaruh promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Unilever. *Braz Dent J*, 33(1), 1–12.

- Dakhi, P. (2023). The Influence Of Service Quality And Product Quality On Consumer Satisfaction With Purchasing Decisions As Intervening Variables At Alfamidi Diponegoro Teluk Dalam-Nias Selatan. *Jurnal Ekonomi*, 12(01), 956–964. <http://ejournal.seaninstitute.or.id/index.php/Ekonomi>
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Indikator Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Ghozali. (2018). *Aplikasi analisis Multivariate dengan program IBM SPSS 21 UPdate PLS Regresi*.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 31–38. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.476>
- Juliandi. (2015). *Metode penelitian bisnis*. Juliandi, et al. (2015). *Metode Penelitian Bisnis*
- Kotler. (2018). *Principles of Marketing Global Edition* (17th ed.).
- Kotler & Keller, 2016. (2016). *Marketing Management, Principles of Marketing, Kotler on Marketing, Marketing Insights from A to Z, Marketing 4.0, Marketing Places, Marketing of Nations, Chaotics, Market Your Way to Growth, Winning Global Markets, Strategic Marketing for Health Care Org*. https://id.wikipedia.org/wiki/Philip_Kotler
- Kotler, 2013. (2013). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta*. (2013 jilid).
- Kusnuariyanti et al. (2024). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, 3(6), 1125–1136.

<https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.5082>

- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.26>
- Mustofa, A. N., & Wiyadi, W. (2023). Pengaruh Indikator, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 136–147. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i1.3875>
- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap kepuasan konsumen pada cv nagha asmara. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II*, 2(E-ISSN: 2962-2050), 151–159.
- Nursyah Dila. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Indikator Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Iphone. *Edunomic Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 12(1), 92–99. <https://doi.org/10.33603/ejpe.v12i1.40>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Indikator, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>
- Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa'diyah, C. (2022). The Influence of Indikator, Product Quality, and Price on Purchase Decisions. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(02), 129–137. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>
- Romadhon, E. J., & Hakimah, E. N. (2021). Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri Pengaruh Kinerja Sales Retail, Personal Branding, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Saus Jawa. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 143–147.

<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/843/762>

Salsabill, M. F., & W, N. I. K. (2023). The Influence of Brand Love and Hedonistic Lifestyle on the Purchasing Decision of Iphone *Smartphones* (A Study on Iphone Users From Generation Z in Surabaya). *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(3), 583–588. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i3.4836>

Siyoto. (2015). *Dasar Metodologi penelitian*.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Penerbit Alfabeta, Bandung

Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>