

DAFTAR PUSTAKA

- Aeni, N., & Ekhsan, M. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(1), 377–386. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i1.331>
- Apple. (2021). *Apple (Indonesia)*.
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18.
- Eka Saputri, M., & Ratna Pranata, T. (2014). Pengaruh Brand Image Terhadap Kesetiaan Pengguna Smartphone Iphone. *Jurnal Sositologi*, 13(3), 193–201. <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2014.13.3.3>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23* (8th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- gs.statcounter.com. (2021). *Pangsa Pasar Iphone 2018 - 2021*. <https://gs.statcounter.com/vendor-market-share>
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (7th ed.). Pearson College Division.
- Handa Gustiawan. (2019). PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK HONDA BRIO SATYA TERHADAP MINAT BELI PELANGGANDI JAKARTA. *Ayan*, 8(5), 55.
- Hidayah, S. A., & Apriliani, R. A. E. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, Kualitas Produk, Dan Daya Tarik Promosi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Batik Pekalongan (Studi Pada Pasar Grosir Setono Batik Pekalongan). *Journal of Economic, Business and Engineering*, 1(1), 24–31.

- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). Pandiva Buku.
- Lupiyoadi, R., & Ikhsan, R. B. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis* (1st ed.). Salemba Empat.
- Noor, M. F. (2014). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust. *Image*, 3(2), 127–140.
- Nurhidayah, Rahmidani, R., & Sofyan, R. (2018). *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Cimory Di Kota Padang. 1.*
- Oktarini, R. (2020). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Tangerang. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 52. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.5016>
- Pradipta, A. B., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (n.d.). *PENGARUH COUNTRY OF ORIGIN DAN BRAND IMAGE TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE ASUS Pendahuluan Rumusan Masalah. X(I)*, 915–921.
- Prilano, K., Sudarso, A., & Fajrillah. (2020). Pengaruh Harga , Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada. *Business and Economics*, 1, No 1(2716–4128), 1–10.
- Ratnawati, A., & Lestari, A. A. (2018). Peran Brand Trust Dalam Memediasi Brand Experience, Brand Personality Dan Brand Community Terhadap Brand Loyalty. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 19(2), 185. <https://doi.org/10.30659/ekobis.19.2.185-202>
- Ristanti, D., & Rois Arifin, M. H. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND TRUST, BRAND AWARENESS DAN PRODUCT QUALITY TERHADAP BRAND LOYALTY SARI ROTI (Studi Pada Konsumen Sari Roti Mahasiswa Universitas Islam Malang). *Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*, 37–54.
- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga Dan Kualitas

- Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1(1), 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v0i0.212>
- Sari, N., & Santika, I. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Association, Dan Brand Awareness Terhadap Repurchase Intention Produk Smartphone Merek Asus. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 6(8), 254093.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (19th ed.). Alfabeta.
- Sumiati, & Gea, D. (2021). Pengaruh Harga Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Obat Bermerek Pada PT.Bernofarm. *Jurnal Manajemen Universitas Bung Hatta*, 16(1), 57–67.
- Taqiyya, Simarmata, dan H. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Wardah Pada Mahasiswa Di DKI Jakarta*. 1(1), 60–74.
- Wiryanata, I. M. J., Agung, A. A. P., & Anggraini, N. P. N. (2020). Analisis Pengaruh Iklan, Brand Trust dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Biznet Networks Di Kota Denpasar. *Persepsi Masyarakat Terhadap Perawatan Ortodontik Yang Dilakukan Oleh Pihak Non Profesional*, 1(4), 201–208.
- Yazid, M., & Haqqi, B. (2020). *Pengaruh Harga , Brand Image , dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli di Garasi Vape Store Lumajang*. 15, 252–259.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.