

DAFTAR PUSTAKA

- afifah, n., & artadita, a. (2022). *pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk smartphone di kalangan mahasiswa. jurnal manajemen pemasaran*, 8 (1), 45–56.
- ananda muhammad tri utama. (2022). *pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk (studi pada produk sepatu merek converse)*. 9(i), 356–363.
- anggrianto, c., shaari, n., & abdul hamid, n. b. (2017). pengelolaan strategi branding apple inc. untuk menciptakan loyalitas konsumen. *desain komunikasi visual, manajemen desain dan periklanan (demandia)*, 2(02), 216–228. <https://doi.org/10.25124/demandia.v2i02.936>
- aprelyani, s., & ali, h. (2024). *pengaruh harga , kualitas produk dan minat beli produk skincare something terhadap keputusan pembelian di e- commerce shopee pada generasi z*. 2(3), 163–173.
- azizul khakim, m., & medina, s. (2023). analisis pengaruh budaya, sosial, kepribadian dan psikologisterhadap keputusan pembelian hp merk apple. *strata business review*, 1(1), 10–21. <https://doi.org/10.59631/sbr.v1i1.21>
- damaryanti, f. (2022). *jurnal riset manajemen dan akuntansi*. 2(2).
- data, a., sosial, s., & nasional, e. (2024). *kawistara*. 14(1), 86–102.
- dhian tyas untari. (2024). *pengaruh kualitas produk , harga dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di karoseri pt . adhikarisma pratama. jurnal*

publikasi ilmu manajemen dan e-commerce, 3(maret), 211–222.

eka sumarga, h., & ayu lestari, s. (2019). pengaruh gaya hidup dan status sosial terhadap keputusan pembelian konsumen smartphone advan pada mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah tangerang. *dynamic management journal*, 3(2). <https://doi.org/10.31000/dmj.v3i2.1964>

fadillah putra, n., pardiman, & rahmawati. (2023). pengaruh lifestyle, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk iphone di kota malang (studi pengguna iphone di kota malang). *riset manajemen*, 12(02), 1110–1117.

fatya, a. c., ramadhanti, d. u., & gunaningrat, r. (2024). pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk skincare “skintific.” *sammajiva: jurnal penelitian bisnis dan manajemen*, 2(1), 265–282.

febrianty, n., & safaruddin, a. (2023). *pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk smartphone iphone*. *jurnal bisnis net*. 6 (2), 45–56.

firmansyah, a. (2019). *pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian smartphone di kalangan mahasiswa*. *jurnal manajemen pemasaran*. 7 (1), 45–56.

hair, j. f. (2021). partial least squares structural equation modeling. in *handbook of market research* (issue july). https://doi.org/10.1007/978-3-319-57413-4_15

hair, r. j. f. (2019). *multivariate data analysis*.

hamidy, n., & hadi, s. p. (2023). *pengaruh harga, kualitas produk, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian iphone (studi pada mahasiswa fisip undip)*. *jurnal ilmu administrasi bisnis*. 12 (3), 720–730.

hamidy, n., & hadi, s. p. (2023). “pengaruh harga, kualitas produk, dan kesadaran merek terhadap keputusan pembelian iphone (studi pada mahasiswa fisip undip).” *jurnal ilmu administrasi bisnis*, 12(3), 720–728.

handayani, m. (2023a). pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan cv laksana jaya di kebalen kabupaten bekasi. *jurnal ekonomi, manajemen dan akuntansi sekolah tinggi ilmu ekonomi enam-enam kendari*, 1(2), 401–407.
<https://doi.org/10.572349/neraca.v1i2.163%0ahttps://jurnal.kolibi.org/index.php/neraca/article/view/163>

handayani, m. (2023b). pengaruh harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada sultan coffee. *jurnal ekonomi bisnis dan akuntansi*, 3(3), 90–102.
<https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854>

haque, m. g. (2020). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada pt. berlian multitama di jakarta. *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada pt. berlian multitama di jakarta.*, 21(134), 31–38.

hardianti, s. (2019). pengaruh status sosial dan literasi ekonomi terhadap keputusan

konsumsi mahasiswa pendidikan ekonomi. *africa's potential for the ecological intensification of agriculture*, 53(9), 1689–1699.

irawan, p. r., abdillah, a., & taryanto, t. (2022). pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian pada home industry sandal kulit kandangwesi collection garut. *jurnal muhammadiyah manajemen bisnis*, 3(2), 61. <https://doi.org/10.24853/jmmb.3.2.61-68>

kasingku, j. d., & mantow, a. (2022). hubungan antara status sosial ekonomi dengan pembentukan karakter siswa kelas xi sekolah menengah atas unklab. *aksara: jurnal ilmu pendidikan nonformal*, 8(3), 1989. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1989-2002.2022>

kayawati l dan kurnia, e. (2024). *universitas lembah dempo sumatera selatan, indonesia*. 7(2), 110–127.

kholipah, p. d., ali, h., & untari, d. t. (2023). pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian mie sedaap dengan loyalitas konsumen sebagai intervening (studi pada universitas bhayangkara jakarta raya). *jurnal economina*, 2(11), 3392–3411. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i11.979>

kontrasepsi, a., terhadap, s., & menstruasi, s. (2019). *avesina vol.13 no.1/juni 2019* <http://e-journal.unizar.ac.id>. 13(1).

lombok, v. v., & samadi, r. l. (2022). pengaruh brand image, brand trust dan digital marketing terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk emina (studi kasus pada mahasiswa universitas sam ratulangi). *jurnal emba : jurnal riset*

ekonomi, manajemen, bisnis dan akuntansi, 10(3), 953.
<https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>

miati. (2020). pengaruh citra merek (brand image) terhadap keputusan pembelian kerudung deenay (studi pada konsumen gea fashion. *abiwara : jurnal vokasi administrasi bisnis*, 1(2), 71–83. <https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

mulyati, v., & hariyanto, d. (2021). perception of students on the apple smartphone as a lifestyle. *academia open*, 4, 1–14.
<https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2029>

mustika sari, r., & prihartono. (2021). pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk sprengi rise). *jurnal ilmiah mea (manajemen, ekonomi dan akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.

myeong, j. (2023). *kenapa produk apple mahal tapi tetap banyak yang beli? bisnis muda*.myeong, j.

niken vera kusumawati, saskia anggun choirunnisa, & rayhan gunaningrat. (2024). pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian iphone pada masyarakat kota surabaya. *lokawati : jurnal penelitian manajemen dan inovasi riset*, 2(2), 176–187. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i2.653>

nurhalifah, rizaldi, d. r., muktofan, nilwan, & fatimah, z. (2024). dampak positif dan negatif penggunaan smartphone. *action research journal*, 1(1), h. 14.

oktaviani, s., & hernawan, e. (2022). pengaruh kepuasan konsumen, kualitas

produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk lunica. *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen*, 10(2), 1–15.

pratama, m. j., & kusuma w, n. i. (2022). pengaruh brand image dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian produk iphone di wilayah gubeng surabaya. *j-mas (jurnal manajemen dan sains)*, 7(2), 417. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.421>

pratiwi, a., junaedi, d., & prasetyo, a. (2021). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen: *el-mal: jurnal kajian ekonomi & bisnis islam*, 2(2), 150–160. <https://doi.org/10.47467/elmal.v2i2.473>

putri, e. novianda, susanti, r., & lamidi, l. (2022). pengaruh brand image brand trust dan harga terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee (survey pada pengguna shopee di kota klaten). *jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 22(1), 29–36. <https://doi.org/10.33061/jeku.v22i1.7589>

rachmawansyah, r., bambang, m., & rohman, s. (2023). analisis pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di daerah karawang. *jurnal ilmiah wahana pendidikan*, 9(6), 469–481.

ramadayanti, f. (2019). *peran brand awereness terhadap keputusan pembelian produk*. 6 (2), 111–116.

rianto, m. r. (2024). pengaruh brand ambassador dan brand image terhadap keputusan pembelian melalui minat beli skincare somethinc di kota bekasi.

indonesian journal of economics and strategic management (ijesm), 2(1), 598–616.

sanjiwani, n. m. d., & suasana, i. g. a. k. g. (2019). peran brand image dalam memediasi pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *e-jurnal manajemen universitas udayana*, 8(11), 6721.
<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i11.p17>

setya budi, a. d. a., septiana, l., & panji mahendra, b. e. (2024). memahami asumsi klasik dalam analisis statistik: sebuah kajian mendalam tentang multikolinearitas, heterokedastisitas, dan autokorelasi dalam penelitian. *jurnal multidisiplin west science*, 3(01), 01–11.
<https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878>

setyariningsih, e. (2024). pengaruh brand image dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang dengan kepuasan konsumen sebagai variabel moderating. *jurnal riset manajemen dan akuntansi*, 2(2), 50–62.
<https://doi.org/10.55606/jurima.v2i2.253>

sharma, a., & sharma, r. (2021). no title. *market integration and causality: an application to the major apple markets in india*.

sudarwanto, a. &. (2024). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *jurnal pemasaran kompetitif*, 7(3), 275–292.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>

sugihardja, j. a. (2023). *profil perusahaan apple inc*. <http://rajapresentasi.com/>.

sugiyono. (2018). penelitian kuantitatif. *metodologi kuantitatif*, 71–92.

sugiyono. (2020). *metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan r & d*.

sukaatmadja, m. n. a. p. i. p. g. (2018). *made nafshya ananda putri 1 fakultas ekonomi dan bisnis universitas udayana (unud), bali , indonesia pertumbuhan ekonomi dan perkembangan bisnis di indonesia terus meningkat . dewasa ini , teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam segala*. 7(11), 5983–6010.

susilowati, i. h., & utari, s. c. (2022). pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di apotik mama kota depok. *jurnal ecodemica jurnal ekonomi manajemen dan bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>

tua, g. v. m., andri, & andariyani, i. m. (2022). pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mesin pompa air submersible dab decker di cv. citra nauli electricssindo pekanbaru. *jurnal ilmiah multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>

wahyu, d., utami, t., darmawan, k., & robustin, t. p. (2019). *pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko setia kawan stationery di kabupaten lumajang*. 128–134.

wijayaningsih, r. (2024). *pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sambal dadakan bang jali di kota bekasi prayuda*. 4(2).

wijiyanty, m., hamid, f. z., & kurniawan, r. (2019). pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian apple iphone pada mahasiswa administrasi bisnis politeknik negeri jakarta. *epigram (e-journal)*, 13(1).
<https://doi.org/10.32722/epi.v13i1.811>

yanti, i. (2020). pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk busana muslim pada toko rumah jahit akhwat (rja) di kabupaten mamuju. *journal of economic, management and accounting*, 1(1), 49–59.

yunita, p., & indriyatni, l. (2022). pengaruh brand image , daya tarik iklan , dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian ms glow (studi kasus pada pelanggan ms glow kota semarang). *prosiding seminar nasional unimus*, 5, 279–28

