

DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, M. N., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Emina di Batam. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 4(1), 1121–1133.
- Alfazirah, A. R., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Mahasiswa FEB Unisma Angkatan 2018). 1–8.
- Aryatilandi, S., Ramdan, A. M., & Sunarya, E. (2020). Analisis Word Of Mouth Dan Brad Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Di Kota Sukabumi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 3(1), 54–65.
- Astuti, D., & Ernawati, S. (2020). Strategi Promosi Dan Word of Mouth Dalam Upaya Peningkatan Keputusan Pembelian Produk Tenun. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 8(2), 225–238.
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(4).
- Cahyani, P. D., Utami, N., & Lestari, S. B. (2022). Pengaruh Word of Mouth, Kesadaran Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Mie Gacoan di Yogyakarta). *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 2(2), 851–866.
- Fajrina, R., & Jalaludin, E. (2023). Pengaruh Word of Mouth, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Motor Honda di Jakarta. 8(1), 1089–1095. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1086>
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Faulina, T., & Susanti, F. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung Di Bintang Ponsel Padang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan*, 3(1), 560–578.
- Fauziah, A., Nurlenawati, N., & Anggela, F. P. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Survey pada Karyawan PT. Ajinomoto Indonesia Karawang Factory Departemen Sajiku). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 820.
- Firmansyah, Anang. (2019), *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*, Jawa.

- Firmansyah, F., & Jarror, A. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo. *Manajerial*, 8(03), 247.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS* 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasri, D. A., & Rizki, R. M. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. *Jurnal EK&BI*, 5(2), 311–316. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v5i2.546>
- Herlina, & Suhardi. (2023). Pengaruh Word of Mouth , Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia. *I2*(1), 1–12.
- Huda, N. M., Kurniati, R. R., & Zunaida, D. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth, Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *JIAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 13(1), 153–162.
- Ibox.2024.Catalog iPhone. <https://ibox.co.id/catalog/iphone/iphone> (18 Juli 2024).
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020 the Effect of Brand Equity , Brand Image , and Product Quality on Consumer Purchase Decisions on Samsung Smartphone Products on Students of the Fac. *Jurnal EMBA*, 10(1), 279–288.
- Juharsah, J., Sinarwati, S., Arifuddin, A., & Ramadian, N. (n.d.). The Analysis Of Lifestyle, Brand Image and Product Quality Towards Iphone Purchasing Decision In Kendari. *Borneo International Conference of Management , Accounting , and Economy (BICMAE)*. 1055–1062.
- Kangsadewa, A. A., & Pratama, A. P. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian IPHone Pada Mahasiswa di Universitas AMIKOM Purwokerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller . (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran*. Penerbit ANDI. Yogyakarta
- Kurniawan, M. Z. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Wilayah Blitar. 7, 1–15.
- Kusnara, H. P. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Pemilik IPHone (Studi Pada Mahasiswa Widyatama). 6, 1–23.

- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. 2(1).
- Ling, T. S., & Pratomo, A. W. (2020). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 31–42.
- Merina, E., & Sudawanto, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputas Pembelian Smartphon Xiaomi Di Toko Apollo Plaza Marina Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, Vol. 9(3), 1342–1348.
- Nur Hidayati, S., Rachmawati, E., Septin Muji, T. R., & Yusnar Kharismasyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian. *Keuangan Dan Manajemen*, 19(1), 2528–1097.
- Noor. & Nurlinda, R. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iphone. In *Forum Ilmiah* (Vol. 18, No. 2, pp. 150-161).
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2018. *Perilaku Konsumen dan Marketing Strategy*. Jakarta: Salemba Empat.
- Priansa, Donni Juni. (2017). *Perilaku Konsumen*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Purba, F. A. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Electronic Word Of Mouth, dan Country Of Origin terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa Kebumen). 1–12.
- Putri, Jaya, R. A., & Sanjaya, V. F. (2021). Pengaruh Harga, Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Ejournal.Stiepgri.Ac.Id*, 10(19), 1–18.
- Quora.2020.Mengapa-perempuan-banyak-sekali-yang-memakai-iPhone
<https://id.quora.com>
- Rizal, A. Y. (2022). Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality On iPhone Smartphone Purchase Decision.2022, γ787(8.5.2017), 2005–2003.
- Rosyadi, & Istiyanto B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Mabha Jurnal*, 3(2),104–128.
- Saputra, Marcelina, Sari, & Amalia. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek iPhone Pada Mahasiswa di Universitas Mayjen Sungkono Kota Mojokerto. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2, 468–475.

- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*, 14(2), 153–168.
- Sernovitz, Andy. (2014). *Word of Mouth Marketing: How Smart Companies get People Talking*, New York : Penerbit: Kaplan Inc.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet. Bandung
- Suliyanto. 2018. *Metode Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjokro, C. I. (2020). Analisis Pengaruh *Word of Mouth (WOM)* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Maneksi*, 9(1), 362–370.
- Top Brand Award. 2023. Top Brand Index Kategori Telekomunikasi. Diakses Pada 5 Januari 2024. <https://www.topbrand-award.com/>.
- Umar, B., Hairudin, & SetiawanRobi. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk, dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer PT. Yamaha Putera Langkapura. 1(2), 48–55.
- Wibowo, Ruliana, P., & Yulianto, K. (2022). Komunikasi *Word Of Mouth* sebagai penentu Keputusan Pembelian Konsumen. *Humantech: Jurnal Ilmiah Multidisiplin Indonesia*, 2(3), 617-629.
- Winalda, I. T., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Word of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1573–1582.
- Wulansari, & Setiawan. (2023). Economics Review Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. 4(1), 338–348.