

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, Nouval, Patricia Gabriella, D.A., & Syarifah Zalicha. (2021). Analisis Keputusan Pembelian iPhone Apple yang dilakukan oleh orang yang tinggal di Jabodetabek: Pengaruh Citra Merek, Loyalitas Merek dan Perceived Value terhadap Keputusan Pembelian iPhone. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 254-263. <https://doi.org/10.34308/eqien.v8i2.258>.
- Alrwashdeh, Muneer et al.,. (2019). The Effect of Electronic Word of Mouth Communication on Purchase Intention and Brand Image: an applicant Smartphone Brands in North Cyprus. *Letters Journal of Management Science*, 9(4), 518. <http://dx.doi.org/10.5267/j.msl.2019.1.011>.
- Bancin, John Budiman. (2021). *Citra Merek dan Word Of Mouth: Perannya dalam keputusan pembelian mobil Nissan Grand Livinna*. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Citra_Merek_dan_Word_of_Mouth_Peranannya/riAzEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0.
- Ichsannudin dan Hery Purnomo. (2021). *Monograf Analisis Gaya Hedonis, Status Sosial, Variasi Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek*. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Monograf_Analisis_Gaya_Hedonis_Status_So/SMIqEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Monograf+Analisis+Gaya+Hedonis,+Status+Sosial,+Variasi+Produk+Terhadap+...&pg=PP4&printsec=frontcover.
- Adriza. (2015). *Membangun Citra Lembaga Perguruan Tinggi yang Berbasis Vokasi: hasil penelitian menggunakan SEM*. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/Membangun_Citra_Lembaga_Perguruan_Tinggi/4KiRDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Buku+Membangun+Citra+Lembaga+Perguruan+Tinggi+yang+Berbasis+Vokasi&pg=PR6&printsec=frontcover.
- Erlitna, Kesia Giovani & Harry Soesanto. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Positive Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai Variabel Intervening (Studi Pengguna iPhone di Universitas Diponegoro). *Diponegoro Journal of Management*, 7(4), 1-15. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/22459/20594>.

Fawzi, Marisa Grace Haque, dkk. (2021). Strategi Pemasaran Konsep, Teori, dan Implementasi. Tangerang Selatan: Pascal Books. Retrieved from https://www.google.co.id/books/edition/STRATEGI_PEMASARAN_Konsep_Teori_dan_Impl/73hjEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=strategi+pemasaran+menurut+para+ahli&pg=PA10&printsec=frontcover.

Hermanto & Rendy Saputra. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi. *Journal of Business Management*, 15(1). <http://dx.doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>.

<https://www.apple.com/id/>.

<https://www.nesabamedia.com/pengertian-touchscreen/>.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish>.

<https://tekno.kompas.com>.

<https://penerbitbukudeepublish.com/materi/manajemen-pemasaran/>.

Indra P., I Made dan Ika Cahyaningrum. (2019). *Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit DeePublish.

Jaya, I Made Laut Mertha. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif: teori, penerapan dan riset nyata*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia.

Kausuhe et al.,. (2021). The Influence of Brand Image and Country Origin on Purchase Decision of Oppo Smartphone in Manado. *Jurnal EMBA: Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(1), 207-215. Retrieved from <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/32041>.

Mao et al.,. (2020). Apple or Huawei: Understanding Flow, Brand Image, Brand Identity, Brand Personality and Purchase Intention of Smartphone. *Economics and Business Aspects of Sustainability Journal*, 12(8). <https://doi.org/10.3390/su12083391>.

Norbaiti & Winda Setia Rahmi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi dan Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.47747/jismab.v1i2.96>.

- Pertiwi, R. Dewi. (2021). *Pemasaran Jasa Pariwisata: model penelitian pariwisata gedung heritage di Kota Bandung*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Poltak, Hendra, dkk. (2021). *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: konsep dan strategi pada era digital*.
https://www.google.co.id/books/edition/Dasar_Dasar_Manajemen_Pemasaran_Konsep_d/HIZFEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.
- Purboyo, dkk. (2021). *Perilaku Konsumen: tinjauan konseptual dan praktis*.
[https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_Tinjauan_Konseptual_Da/hgtBEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PERILAKU+KONSUMEN+\(TINJAUAN+KONSEPTUAL+dan+PRAKTIS\)&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen_Tinjauan_Konseptual_Da/hgtBEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=PERILAKU+KONSUMEN+(TINJAUAN+KONSEPTUAL+dan+PRAKTIS)&printsec=frontcover).
- Ramadhani, Rahmi & Nuraini Sri Bina. (2021). *Statistika Penelitian Pendidikan: Analisis Perhitungan Matematis dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Penerbit Prenada Media.
https://www.google.co.id/books/edition/Statistika_Penelitian_Pendidikan_Analisi/0WFHEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.
- Rizal, Achmad. (2020). *Manajemen Pemasaran di Era Masyarakat Industri 4.0*.
https://www.google.co.id/books/edition/Buku_Ajar_Manajemen_Pemasaran_Di_Era_Mas/RUvWDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Buku+Ajar+Manajemen+Pemasaran+di+Era+Masyarakat+Industri+4.0&pg=PR6&printsec=frontcover.
- Sa'adah, Lailatus dan Abdullah Fajarul Munir. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merek serta Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen*. Jombang: Penerbit LPPM Universitas K.H. A. Wahab Hasbullah.
- Sari, Ovi Hamidah, dkk. (2021). *Manajemen Bisnis Pemasaran*.
https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Bisnis_Pemasaran/q7gkEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=Manajemen+Bisnis+Pemasaran+Oleh+Ovi+Hamidah+Sari,+Fitria+Halim,+Rahman&pg=PR4&printsec=frontcover.
- Setiadi, Nugroho J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif kontemporer pada motif, tujuan, dan keinginan konsumen*.
https://www.google.co.id/books/edition/Perilaku_Konsumen/DZLyDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.

- Siyoto, Sandu dan M. Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
https://www.google.co.id/books/edition/DASAR_METODOLOGI_PENELITIAN/QPhFDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1.
- Sholikah, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*.
Cirebon: Penerbit Insania.
- Sudaryana, Bambang dan Ricky Agusiady. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*.
https://www.google.co.id/books/edition/Metodologi_Penelitian_Kuantitatif/oKdgEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=yang+dimaksud+penelitian+kuantitatif&pg=PA260&printsec=frontcover.
- Thabroni, Gamal. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: pengertian, karakteristik dan jenis*. Retrieved from <https://serupa.id/metode-penelitian-kuantitatif-pengertian-karakteristik-jenis/>.
- Thabroni, Gamal. (2021). *Instrumen Penelitian: pengertian, kriteria dan jenis*. Retrieved from <https://serupa.id/instrumen-penelitian/>.
- Wijaya et al., (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Pekanbaru: Procuratio Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(3), 244-252.
<https://doi.org/10.35145/procuratio.v9i3.1306>.