

DAFTAR REFERENSI

- Andreas et.al (2021). Pengaruh Autentisitas Merek Terhadap Komitmen Merek Dengan Kepribadian dan Kepercayaan Pelanggan Pada Produk Apple Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal MIX : Jurnal Ilmiah Manajemen Vol. 11 No. 2 Juni 2021*.
- Databoks. dan kata.com (2021). Apple rebut posisi pangsa pasar *smartphone* global di kuartal IV 2021.
- Databoks.com (2021). Ada, 1,23 miliar unit iPhone aktif di seluruh dunia 2021.
- Defriansyah et.al (2016). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Terapan Vol.XIII No.2, 2016*. Terindeks pada Google Scholar.
- Fadillah dan Tifani (2018). Pengaruh Lingkungan Sosial, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada pengguna iPhone di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan Vol.6 No.1 2018*. Terindeks pada SINTA 5 (*Science and Technology Index*).
- Fajar Laksana (2019). *Praktisi Memahami Manajemen Pemasaran*. Edisi I. Khalifah Mediatama.
- Herawati dan Khoirotunnissa (2022). Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains Vol.2 No.1 Jakarta 2022*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Hokky dan Bernarto (2021). *The Role of Brand Trust, Brand Image on Brand Loyalty on Apple Iphone Smartphone Users in DKI Jakarta. Internasional Enrichment : Journal of Management, Vol.12 No.1 2021 Institute of Computer Science (IOCS)*. Terindeks pada SINTA 4 (*Science and Technology Index*).
- Husaini et.al (2017). *The Influence of Customer Satisfaction and Brand Trust on Brand Loyalty (Survey on Undergraduate Student as User of Apple Iphone in University of Brawijaya)*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol.47 No.1 Juni 2017*. Terindeks GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Kotler and Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid I. Erlangga.

- Kotler and Armstrong. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Erlangga.
- Kotler and Keller. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*.
- Kotler and Keller. (2019). *Marketing Management, 15e th Global Edition*.
- Kotler dan Amrstrong (2018). *Global Management Marketing*. Edisi 13 Jilid II. Erlangga
- Kotler dan Keller (2018). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid II. Erlangga.
- Laksono (2019). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfa Beta
- Mabkhot et.al (2021). Peran Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Mediasi Pada Hubungan Kepribadian Merek Halal dan Loyalitas Merek. *Jurnal Manajemen Maranatha*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Minarti dan Pitri (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shopee. *Jurnal Ilmiah Kohesi Vol. 4 No.3 Juli 2020*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Norbaiti dan Rahmi (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, dan Bisnis Vol. 1 No. 2 November 2020*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Rahayu dan Kusnanto (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Vol.13 No.2. Hal 257-263*.
- Satria et.al (2022). Pengaruh Harga Citra Merek dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek (Studi kasus pada pengguna *smartphone* realme di kota probolinggo. *e-Jurnal Riset Manajemen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Unisma*. Terindeks pada *Google Scholar*.
- Somantri et.al (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi kasus dalam siswa dan siswi SMAN 3 kota Sukabumi). *Jurnal Cakralawa-Repository IMWI Vol. 3, No.1, April 2020*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Sugiyono (2018). *Metode Penelitian Bisnis* (S.Suryandari)
- Tjiptono dan Anastasia (2019). *Pemasaran*. Andi.
- Tjiptono dan Diana(2020) *Pemasaran*. Andi.
- Tong et.al (2017). *Brand Personality and its Impact on Brand Trust and Brand Commitment: An Empirical Study of Luxury Fashion*

brands. International Journal of Fashion Design, Technology and Education, 11(2), 196–209.

- Wolf et.al (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Kaum Milenial di Kecamatan Tahuna. *Jurnal EMBA Vol. 10 No.1 Januari 2022*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- Yunita et.al (2017). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi pada pengguna situs jual beli bukalapak.com). *Journal Of Management (Jurnal Unpad)*. Terindeks pada *Google Scholar*.
- Zannah dan Suwitho (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Merek iPhone (Studi Kasus Terhadap Generasi Z Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol.11 No.7, 2022*. Terindeks pada GARUDA (Garda Rujukan Digital).
- CNN (2019) <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20191226065025-185-459928/persaingan-hp-china-dan-merek-lain-sepanjang-2019>
- We are social (2021) <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>