

## DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. D. (2020). Pengaruh Life Style, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi. *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 18–21. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i1.49>
- Alhikam Pratama, R. S. K. F. (2023). Pengaruh Brand Image, Brand Trust dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Pekanbaru. *Seminar Nasional Ekonomi, Bisnis Dan Akuntansi*, 3, 252–264. <https://ejurnal.umri.ac.id/index.php/sneba/article/view/5190>
- Alsabiyah, T. 2019. (Survei pada mahasiswa / mahasiswi Universitas Brawijaya yang menggunakan sepatu sneakers merek Converse ), 70(1), 106–113.
- Bernatta, R. A. R. (2017). *Gaya Hidup Hedonis di Kalangan Remaja (Studi Pada Komunitas Mobil LSC 81 Club)*. Skripsi, Lampung: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
- Clarencia Mirnanda Veronica, Subagyo, H. P. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk iphone. *Performa*, 8(3), 260–268. <https://doi.org/10.37715/jp.v8i3.2969>
- Eka, P. (2019). Peran Brand Trust Memediasi Pengaruh Brand Image Terhadap Brand Loyalty. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(7), 4328.
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Junita, D., Amilia, S., & Rahman, M. (2024). PENGARUH GAYA HIDUP DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE PADA GEN-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Niagawan*, 13(2), 100. <https://doi.org/10.24114/niaga.v13i2.57082>
- Kaharuddin, E. K., Haeruddin, , Muh. Ikhwan Maulana, & Muh. Ichwan Musa. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 163–171. <https://doi.org/10.31850/decision.v4i1.2151>
- Kajian, J., Interdisiplinier, I., Larashati, G. V., Syaputra, D., Katolik, U., Charitas, M., & Harga, P. (2024). *Pengaruh persepsi harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk*

*apple iphone pada masyarakat kota palembang*. 8(9), 113–122.

- Kotler P dan Keller K. L. 2018. *Marketing Management, 15th*. Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). Pdf-Buku-Prinsip-Prinsip-Pemasaran-Philip-Kotler-Gary-Armstrong-Jilid-1-Edisi-12Pdf\_Compress.Pdf (p. 162).
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2018). Prinsip-prinsip pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management MARKETING MANAGEMENT Marketing Management. In Pearson Practice Hall.
- Kotler, Philip & Keller, Kevin Lane. (2016). A framework for marketing management, sixth edition, global edition. England: Pearson
- Lestari, H. A., & Rahmawan, G. (2022). Pengaruh fanatisme, gaya hidup hedonis, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 129-137.
- Maulana, C. A., & Maskur, A. (2023). Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 5(1), 36–50. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.5386>
- Nova Octaviana<sup>1</sup>, Mulyadi<sup>2</sup>, A. F. F. P. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian iPhone pada Generasi Z di Kota Langsa*. 6(April), 15–34.
- Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, dan GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10), 1–11.
- Rohman, M., & Pramesti, D. A. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Magelang Selama Pandemi Covid-19. *Borobudur Management Review*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.6933>
- Satriani Adaming. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ponsel Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar ). Fakultas Ekonomi. 1-22

- Sumarwan. U. (2011). *Perilaku Konsumen: Teori dan penerapannya dalam pemaasaran*. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian Bisnis (Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi dan R&D*. In *Alfabeta* (2018th ed.).
- Syofian Siregar. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Prenadamedia Group.
- Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 1113–1124.
- Torrington, D., Hall, L., & Atkinson, C. (2020). *Human Resource Management*. New York: Pearson UK.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>

