

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Ajeng Syarifa Al Kaunaini, D., & Aminah, S. (2022). The Effect of Brand Image and Product Quality on Indomilk Milk Purchasing Decisions in Sidoarjo Studies on Indomilk Milk Consumers in Waru District, Pengaru. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(4), 2549-2557.
- Alexander, L. Biel (1992). "Converting Image Into Equity" *Journal of Advertising Research*. Chapter 5. California.
- Angga Luthfi Al Ijie 2015, "*Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan pelanggan Sebagai Intervening*" *Jurnal Fakultas Ekonomika Dan Bisnis*, Universitas Diponegoro Semarang.
- Ardiatama, E., & Budiarti, A. (2020). *PENGARUH GAYA HIDUP, KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN EIGER*.
- Assauri, Sofjan. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Ed. 1. Cet.17. Depok: Penerbit PT Raja Grafindo Persada.
- Aurelia, J., Bagus, G., & Wriyakusuma, Y. (2020). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, GAYA HIDUP, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE DI KOTA SURABAYA*.
- Bahri, Yurdha Devara Putra, and Siti Aminah. 2022. "PENGARUH E-WOM PADA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DAN CITRA MEREK TERHADAP MINAT BELI MS GLOW." *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial* 9 (2): 1–39.
- Cahyani, F. G., & Sitohang, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(3).
- Clarissa, C., & Bernarto, I. (2022). The Influence of Brand Ambassador, Brand Awareness, Brand Image and Prices on Purchase Decisions on Online Marketplace. *Business and Entrepreneurial Review*, 22(2), 273–288. <https://doi.org/10.25105/ber.v22i2.14966>

- Darmayanti, F. N., & Aminah, S. (2023). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Purchase Decisions at Starbucks Coffee Surabaya. *Indonesian Journal of Business Analytics*, 3(6), 2007–2018. <https://doi.org/10.55927/ijba.v3i6.5554>
- Darwan, U., Sampit, A., Berlian, B. J. B., & 10, N. (2022). *Pengaruh GBrand Image KualitassProduk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Didid Pujianto*. 1(3). <http://jurnal.jomparnd.com/index.php/jk>
- Eltonia, N., & Hayuningtias, K. A. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Minum dalam Kemasan (AMDK) Merek Le Minerale 600ml di Kota Semarang. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 250-256.
- Firmansyah, (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Fitriana, Fitriana, et al. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame." *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol. 2, no. 1, 2019, doi:[10.37673/jmb.v2i1.304](https://doi.org/10.37673/jmb.v2i1.304).
- S. Geisser, "The predictive sample reuse method with applications," *J. Am. Stat. Assoc.*, vol. 70, no. 350, pp. 320–328, 1975, doi: 10.1080/01621459.1975.10479865.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 17*, Cetakan Kelima, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiental Marketing & Kualitas Produk dalamKepuasan Pelanggan Generasi Milenial*. Insania.
- Hasan, M. M., Nuruni, I., Kusuma, W., Purwanto, S., Fakultas, M. , Dan Bisnis, E., Veteran, U. ", & Timur, J. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KESADARAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPATU NIKE DIWILAYAH GUNUNG ANYAR SURABAYA*.
- Hendarsyah, D. (2020). *Pemasaran Digital Dalam Kewirausahaan*. IQTISHADUNA: *Jurnal Ilmiah Ekonomi Kita*, 9(1), 25–43.
- Hogan, S. (2007). *Employees and image: Bringing brand image to life (2nd ed)*. Chicago: Lippincot Mercer.
- id.quora.com
- Jannah, Mukhlisotul. "Strategi Inovasi Produk dalam Mencapai Keunggulan Kompetitif." *Islamiconomic*, vol. 5, no. 1, 2014, doi:[10.32678/ije.v5i1.20](https://doi.org/10.32678/ije.v5i1.20).

- Katerina, A., Simanjuntak, A., Terenggana, C. A., & Tyra, M. J. (2023). The effect of brand awareness and brand image on purchasing decisions for Scarlett whitening products. *Journal of Business and Information System (e-ISSN: 2685-2543)*, 5(1), 11–18. <https://doi.org/10.36067/jbis.v5i1.167>
- Kotler dan Armstrong. 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2. Edisi 12. Jakarta: Erlangga
- Kotler & Armstrong. 2018. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P dan., K.L.Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran* .Edisi 12. Jilid 1. PT Indeks. Jakarta
- Kotler, P dan., K.L.Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1&2. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia dari Principles of Marketing 9e. Penerbit PT. Prenhalindo. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). *Manajemen Pemasaran* Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kotler, P. dan L. Keller. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Jilid Satu. PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta :Erlangga.
- Kotler, Keller. (2021). *Intisari Manajemen Pemasaran* Edisi Keenam. Yogyakarta : ANDI.
- Laura S., Sri Ekanti. (2023). *Pengaruh Brand Ambassador, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Scarlett pada Masyarakat di Yogyakarta*. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta – Indonesia
- Manajemen, J., & Bisnis, D. (2019). *PENGARUH GAYA HIDUP, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOSMETIK ORIFLAME (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa)* (Vol. 2, Issue 1). <http://jurnal.uts.ac.id>
- Manajemen, P., Ekonomi, F., & dan Pariwisata, B. (2022). *I Wayan Suartina (2) (1)(2)* (Vol. 2, Issue 2).
- Mandey, Silvy L. (2009). Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Maret, Vol 6 No. 1: 92 – 100.

Mobile Vendor Market Share Indonesia. *Statcounter.com*

Negara Pemakai *Handphone* Terlama Di Dunia.

<https://data.goodstats.id/statistic/indonesia-jadi-negara-pemakai-handphone-terlama-di-dunia-2023-1UeoC>

Novia Sriwahyuni, Ni Luh Wayan, “Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kabupaten Buleleng” *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, Vol. 13, No. 1, 2021.

Nur Hidayati, S., Rachmawati, E., Septin Muji, T. R., & Yusnar Kharismasyah, A. (2023). Issue 1 (2023) Pages 209-222 *INOVASI: Jurnal Ekonomi. In Keuangan dan Manajemen* (Vol. 19).

Puranda, N.R dan Madiawati, P.N. (2017). Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah. *Jurnal Bisnis dan IPTEK* Vol.10 No. 1.

Putra, M. S., & Aminah, S. (2022). Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 7(2).

Setiadi. (2013). *Konsep dan praktek penulisan riset keperawatan* (Ed.2) Yogyakarta

Stevani J, Lombogia, Thomas Santoso, Nony Kezia Marchyta, (2021). *Pengaruh citra merek dan gaya hidup terhadap minat merek youtube musik terhadap minat beli pada generasi milenial*. *Agora* Vol.9, No. 1 (2021)

Stone, “Cross-Validatory Choice and Assessment of Statistical Predictions,” *J. R. Stat. Soc. Ser. B*, vol. 36, no. 2, pp. 111–133, 1974, doi: 10.1111/j.2517-6161.1974.tb00994.x.

Suciningtyas, W., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2012). Management Analysis Journal *PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, DAN MEDIA COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. *Management Analysis Journal*, 1(1).
<http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>

Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. Sangadji, Etta Mamang.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta

Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Sulistiyana, A., & Aminah, S. (2023). Pengaruh Brand Ambassador, Brand Image, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare MS Glow di Kota Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2851–2860. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4292>
- Suparwi, S., & Fitriyani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge, Brand Image, dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe Mahasiswa FEBI IAIN Kudus 2016-2017. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 8(2), 253. <https://doi.org/10.21043/bisnis.v8i2.8764>
- Susanto, D. M. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya) Krido Eko Cahyono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.*
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Cetakan Kedua. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Syifaulia Ramadhanti, A., Parlyna, R., & Hidayat, N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Ponsel X: Studi Pada Mahasiswa Universitas di Jakarta (Vol. 2, Issue 2).*
- Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Yogyakarta. Andi.
- Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Top 5 Smartphone 2024. *IDC .com*
- Top Brand Index smartphone Indonesia 2024. *topbrand-award.com*
- Triningrum, F. O. (2021). *Gaya Hidup dan Citra Merek Iphone 10 dan 11 pada Mahasiswa. Fakultas. Ekonomi. Universitas Islam Sultan Agung.*
- Wijaya, Evelyn; Hafni, Layla; Chandra, Stefani.(2021). *Gaya Hidup, Inovasi Produk, Harga, Dan Citra Merek: Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen, [S.L.], V. 9, N. 3, P. 244-252, Sep. 2021. Issn 2580-3743.*
- www.detik.com
- Yulia Sari, R., & Elsandra, Y. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan, Kemudahan, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Online Di Market Place. *Jurnal Penelitian Dan Pengkajian Ilmiah Sosial Budaya*, 1(1), 106-117. <https://doi.org/10.47233/jppisb.v1i1.403>