

DAFTAR PUSTAKA

- Agung, I. G., & Swatama, A. (2022). *Smartphone yang dimediasi oleh sikap (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar)*. 11(6), 1231–1254.
- Agustian, I., Saputra, H. E., & Imanda, A. (2019). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen Terhadap Peningkatan Kualitas Pelayanan Di Pt. Jasaraharja Putra Cabang Bengkulu. *Profesional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 6(1), 42–60. <https://doi.org/10.37676/professional.v6i1.837>
- Agustina, E. H. P. (2023). *Pengaruh Brand Image, Reference Group Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Generasi Z Di Surabaya*. 3(1).
- Alverina, D., & Syarif, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, Dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Brand Sancraft Di Jakarta. *Ikraith-Ekonomika*, 6(2), 113–112. <https://doi.org/10.37817/ikraith-ekonomika.v6i2.2342>
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143–161. <https://doi.org/10.25273/The>
- Anggraini, Y. P., & Fikry, Z. (2023). Hubungan Antara Gaya Hidup Hedonis dengan Keputusan Pembelian Produk Iphone Second Pada Mahasiswa. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(3), 22512–22518.
- Anissa, N., Zaini, O. K., & Ramdani, S. H. (2019). Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Kepercayaan sebagai variabel intervening pada Smartphone Xiaomi (Studi Kasus pada Konsumen Pengguna Xiaomi di Kelurahan Harapan Jaya). *Manajemen*, 1–13.
- Ariani Damayanti, W., & Ratna Gumilang, R. (2023). Peran Financial Technology Dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Pada Generasi Z. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 14(3), 525–534. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v14i3.3850>

- Arifiyani, M. N., Insani, S. F., & Cahyaningrum, B. N. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Indonesia. *UMMagelang Conference Series*, 20(2), 594–603. <https://doi.org/10.31603/conference.11871>
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Performa*, 7(4), 418–431. <https://doi.org/10.37715/jp.v7i4.2990>
- Candra Alfian, B. M. N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Di Steak 21 Mall Kota Kasablanka. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional*, 4(3), 26–39. <https://doi.org/10.54783/jin.v4i3.590>
- Citaningtyas Ari Kadi, D., Ula Ananta Fauzi, R., Ahmad, A. H., & Putri Wardani, W. (2023). The Influence of Price Perceptions, Product Reviews, and Convenience on Purchase Decisions At Tokopedia E-Commerce. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 17(2), 239–252. <https://doi.org/10.32815/jibeka.v17i2.1698>
- Clarita, K. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di CFC Grande Karawaci. *AKSIOMA: Jurnal Manajemen*, 2(1), 37–53. <https://doi.org/10.30822/aksioma.v2i1.2081>
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsuraya*, 1(1), 15–30. <https://jom.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jimen/article/view/2>
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management: Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fauzi, F., & Asri, R. (2020). Hidup terhadap Keputusan Pembelian Batik (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Ekonomi*, 11(01), 74–81. jurnalpemasaran.petra.ac.id
- Fitrah, M. R., & Madjid, I. (2018). Pengaruh Persepsi Cinta Merek Terhadap Citra

- Merek, Keterlibatan Merek, Dan Sikap Terhadap Merek Pada Produk Iphone Di Kota Banda Aceh. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*, 3(4), 38–49. <https://jim.usk.ac.id/EKM/article/view/9073>
- 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>
- Fitriana, Sudodo, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame (Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 2(1).
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan "Partial Least Square (PLS)". Edisi 2*.
- Irfan Syahputra, Paham Ginting, & Arlina Nurbaity Lubis. (2023). The Influence of eWOM and Perception of Price on Purchase Intention With Brand Image as an Intervening Variable In Kahf Care Product. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(3), 983–988. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v3i3.951>
- J Rivai, Z. (2021). *The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality , Price Perception , and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. c*, 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms>
- Jannah, W. N., Nurfarida, I. N., & Asna, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hp Iphone Pada Mahasiswa Di Kota Malang. *Jurnal Riset Mahasiswa Manajemen*, 11(1), 10–17. <https://doi.org/10.21067/jrmm.v11i1.8914>
- Kadeari, N. L. E., & Heryanda, K. K. (2021). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Layanan “Music Spotify Premium” Studi Kasus pada Generasi Milenial di Bali. *Ekuitas: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 9(2), 276. <https://doi.org/10.23887/ekuitas.v9i2.32533>
- Kurniawan, A., Bai’ul Hak, M., Hidayat, A. A., Fadlli, M. D., Wafik, A. Z., Perindustrian, D., Ntb, P., Ekonomi, F., & Bisnis, D. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan

Dan Minuman Di Ntb Mall. *Muslimpreneur*, 3, 66–82.

Lidia. (2023). iPhone di Kalangan Milenial dan Gen Z. *Kumparan.Com*.
<https://kumparan.com/lidiapratamafebrian/iphone-di-kalangan-milenial-dan-gen-z-20SsC2P9aA1>

Luthfianto, D., & Suprihhadi, H. (2017). Pengaruh kualitas layanan dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 22(1), 14–25. ejurnal.gunadarma.ac.id

M. Amir, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dyza Sejahtera Medan. *Jurnal Warta Edisi* 59, 1(59), 10.

Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. *Ikraith-Humaniora*, 2(2), 53–61.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwara : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/10.31334/abiwara.v1i2.795>

Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio. *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*, 2014, 755–762.

Muliani, M., & Wardhani, F. I. (2020). Pengaruh Promosi Di Instagram Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Nasi Penggoda Secara Online Melalui Ojek Online (Ojol) Pada Masa Karantina Covid-19 Di Kota Pontianak. *Jurnal Ekonomi Integra*, 10(2), 118.
<https://doi.org/10.51195/iga.v10i2.141>

Mulyati, V., & Hariyanto, D. (2021). Perception Of Students On The Apple Smartphone As A Lifestyle. *Academia Open*, 4, 1–14.
<https://doi.org/10.21070/acopen.4.2021.2029>

Mustary, R., Silalahi, M., Hartati, R., Tinggi, S., & Manajemen, I. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

- Sepatu Converse” (Kasus pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta). *Rahmad Mustary Moeda Silalahi Retno Hartati*, 2(2), 139. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/view/261>
- Nurfadhilah, Tijjang, B., & Rahmawati, L. (2020). Strategi Pemasaran Hubungannya Dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 7(1), 132–139. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/30269>
- Pratama, A. R., Ma, I., & Ramadhan, Y. R. (2024). *Rancang Bangun Aplikasi Tracking Kendaraan Menggunakan Metode Extreme Programming Pada PT ABM Berbasis Mobile*. 8(6), 11074–11079.
- Pratiwi, P. C., & Silitonga, P. (2024). Influence of Price Perception, Product Quality, and E-Wom: Improving Brand Image and Purchase Decision. *Journal of Economics, Assets, and Evaluation*, 1(3), 1–11. <https://doi.org/10.47134/jeae.v1i3.209>
- Putra, E. M., Salim, E., & Silvia, E. D. (2024). *Pengaruh Promosi Penjualan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Hp Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Upi Yptk Padang Khusus Manajemen)*. 02(01), 663–671.
- Putra, J. T., Wijaya, E., & Ariska, Y. I. (2024). The Influence of Lifestyle and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions at Bandung Distro Manna South Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1293–1298. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.4455>
- Putri, P. N., Rachmawati, I., & Sudarawerti, G. (2024). *Pengaruh Product Features , Brand Image , Product Price , Dan Social Influences Terhadap Purchase Intention Iphone Pada Gen Z Di Indonesia The Influence Of Product Features , Brand Image , Product Price , And Social Influences On Purchase Intention In Iph*. 11(5), 4945–4954.
- Qolbi, N., & Hermansyah, T. (2023). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Sanford Di Sinar Mart Batam. *Jurnal AL-AMAL*, 2(1), 50–57.
- Saktiana, Nadela Miftahuddin, M. A. (2021). Pengaruh Sikap Konsumen, Persepsi Harga Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik

- Berlabel Halal (Studi pada Konsumen Pengguna Kosmetik Berlabel Halal di Purwokerto). *Master: Jurnal Manajemen Dan Bisnis Terapan*, 1(1), 45. <https://doi.org/10.30595/jmbt.v1i1.10405>
- Sari, M. B., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Teh Gelas Di Kota Surabaya. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 10(2), 851–858. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v10i2.2663>
- Syamsidar Rizky, S. E. (2019). Kualitas Produk, Persepsi Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Proses Keputusan Pembelian (Studi Pada Banaran 9 Coffee and Tea di Gemawang, Kabupaten Semarang). *Jbe*, 26(2), 146–154. <https://www.unisbank.ac.id/ojs>;
- Uska M Z, & Wirasasmita R H. (2018). Analisis Teknologi Smartphone Dalam Mendukung Kegiatan Akademis Di Universitas Hamzanwadi Menggunakan Technology Acceptance Model. *EDUMATIC: Jurnal Pendidikan Informatika*, 2, 103–113.
- Utami, L. P., & Marpaung, N. N. (2022). Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Karyawan (Studi di PT. Mulia Boga Raya Tbk). *Parameter*, 7(1), 98–108. <https://doi.org/10.37751/parameter.v7i1.191>
- Wijaksono, W., Santoso, A., & Pristi, E. D. (2022). Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Gaya Hidup dan Ewom terhadap Minat Beli Konsumen pada Kedai Gusti Ponorogo. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi (MANOVA)*, 5(2), 63–75. <https://doi.org/10.15642/manova.v5i2.861>
- Winda A. Solihin, Bernhard, R. W. (2022). Pengaruh Sikap Konsumen Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSRAT Di Manado). *Sustainability (Switzerland)*, 14(7), 511–520. <https://doi.org/10.3390/su14074075>
- Wulandari, H. P., & Subandiyah, A. E. (2022). Pengaruh Ulasan Produk, Harga dan Pembayaran Non Tunai (Shopee paylater) terhadap Keputusan Pembelian pada Market Place Shopee di Yogyakarta. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(2), 80–93. <https://doi.org/10.54131/jbma.v9i2.138>
- Yuliana, S., & Maskur, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga ,

Kualitas Layanan Abstrak. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(c), 559–573. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v5i1.1772>