

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, G. N., Nisha, A. N., & Ridwan, M. (2021). Service quality, brand image and price fairness impact on the customer statisfaction and loyalty towards grab bike. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research*, 5(3).
- Ambarwati, V., & Mathori, M. (2024). Pengaruh kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi (studi pada konsumen Rocket Chicken di Kota Yogyakarta). *Jurnal Simki Economic*, 7(2).
- Apriyanti, S. (2024). Pengaruh brand image dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone iphone (Bag. 126–138). 5 No. 2(Vol. 5 No. 2 (2025): Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial). <https://doi.org/10.22437/jeso.v5i2.48733>
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M., Trenggana, A., Sholihah, D., Widiati, E., Ariyanti, M., Irawan, P., Ratih, S., Ismail, R., Putra, D., Utama, A., Syahputra, S., & Bancin, J. (2023). Manajemen pemasaran. Widina Bhakti Persada Bandung.
- Baskara, N., & Nurwidawati, D. (2023). Hubungan antara kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian pada pelanggan e-commerce. *Vol. 10, No.02*, (1001-1013).
- Dewi, I. S., & Prasojo, E. (2024). Pengaruh diferensiasi, prestise, dan performa sistem operasi terhadap keputusan pembelian handphone iPhone di Kabupaten Magelang. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(2), 157–174. <https://doi.org/10.61476/yrkm9p97>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi, citra merek terhadap keputusan pembelian handphone Xiaomi di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1–13. <https://doi.org/10.35957/prmm.v3i1.1611>
- Ghina Fitriyana & Agus Hermanto. (2024). Brand experience melalui fitur keynote dalam mempromosikan iPhone 15. *Filosofi : Publikasi Ilmu Komunikasi, Desain, Seni Budaya*, 1(4), 82–95. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v1i4.335>

- Hair, J. F., M. Hult, G. T., M. Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (3rd ed.). SAGE Publications, Incorporated, 2022.
- Hidayah, S. N., & Nugroho, R. H. (2023). Pengaruh citra merek, harga, kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Jurnal Ilmiah Administrasi Bisnis dan Inovasi*, 7(1), 79–98. <https://doi.org/10.25139/jiabi.v7i1.5811>
- I.A. Oka Martini & Ni Putu Friska Ayu Damayanti. (2026). Analisis pengaruh fear of missing out dan kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian melalui perilaku pembelian impulsif pada produk timephoria. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 6(1), 313–331. <https://doi.org/10.55606/optimal.v6i1.9363>
- Indria, S., Alfiana, T. I., & Sijabat, R. (2025). gaya hidup mahasiswa pengguna iphone (Bag. 449-454). 3. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i1.3230>
- Irfan Syahroni, M. (2022). Prosedur penelitian kuantitatif. *eJurnal Al Musthafa*, 2(3), 43–56. <https://doi.org/10.62552/ejam.v2i3.50>
- Irza, N. A., Hasman, H. C. P., Yunita, N., & Alfifto, A. (2024). Pengaruh fomo terhadap impulse buying saat live streaming pada pengguna shopee di Kota Medan. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.14566093>
- Kusuma, R. P., Widyatama, K., Agustiani, P. I., & Fauzana, S. (2024). Analisis strategi produk telepon genggam “iPhone” menggunakan integrasi product life cycle dan metode SWOT. *INOBI: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 8(1), 24–35. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v8i1.349>
- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone pada mahasiswa di Universitas Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11–18. <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.26>
- Magdalena, M., & Wilzarwan, W. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian handphone Oppo pada Toko Max-Indo di Kota Padang. *JURNAL PUNDI*, 3(3), 271. <https://doi.org/10.31575/jp.v3i3.178>
- Manopo, C., Tampi, J. R. E., & Tumbel, T. M. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Oriflame Kota Manado. 2(6).

- Maulida, F. (2025). Peran Fear of Missing Out (FOMO) dan regulasi emosi untuk memprediksi kesejahteraan psikologis pada pengguna media sosial. *Jurnal Diversita*, 11(1), 110–118. <https://doi.org/10.31289/diversita.v11i1.14707>
- Muhammad Luthfi Rizky & Hijriyantomi Suyuthie. (2024). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 2(4), 259–269. <https://doi.org/10.54066/jikma.v2i4.2359>
- Nibra, B., & Siregar, O. (2025). Pengaruh persepsi customer satisfaction dan kepercayaan konsumen terhadap intensitas minat menggunakan layanan dompet digital (Shopeepay) pada masyarakat di Kota Medan. *II (2.4)*, 96–106. <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9750>
- Ningrum, M. G. P., Tawas, H. N., & Raintung, M. C. (2025). Pengaruh fear of missing out, fitur produk dan utilitarian motivation terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone di Kota Manado dengan brand trust sebagai variabel mediasi. *13(04)*.
- Nova Ardiyansyah & Suryari Purnama. (2024). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. *Inisiatif: Jurnal Ekonomi, Akuntansi dan Manajemen*, 3(2), 323–345. <https://doi.org/10.30640/inisiatif.v3i2.2374>
- Paramita, R., Rizal, N., & Bahtiar, R. (2019). Metode penelitian kuantitatif (Ketiga, Vol. 34). WIDYA GAMA PRESS.
- Prabowo, N. A., & Santoso, R. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), lifestyle dan Word of Mouth (WOM) terhadap keputusan pembelian iPhone pada gen z Kabupaten Sidoarjo. *05(02)*.
- Putri, N. L., Atmaja, N. P., & Manek, D. (2025). Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian ulang produk kosmetik Wardah di Kabupaten Tabanan. *6 Nomor 11*. <https://doi.org/10.30388/emas.v6i11.13019>
- Rahman, A., Widarko, A., & Farida, E. (2022). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli iPhone (studi pada mahasiswa di Kota Malang). *12. No. 01*.
- Romadon, A. S., Pramusinto, M. A., & Kamelia, S. N. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek, dan harga terhadap keputusan pembelian melalui Shopee. *Solusi*, 21(3), 259–269. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7080>
- Rosanti, A. D., Arief, M. Y., & Pramesthi, R. A. (2022). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening pada toko nina cemilan prajekan bondowoso. *Jurnal*

Mahasiswa Entrepreneurship (JME), 1(6), 1150.
<https://doi.org/10.36841/jme.v1i6.2166>

- Sabrina Septiani, Ramadhan Reza, H. Akil, & Abdul Aziz. (2025). Jenis-Jenis Skala dan Teknik Skoring dalam Penilaian Psikomotorik pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Manajemen dan Pendidikan Agama Islam*, 3(4), 21–36. <https://doi.org/10.61132/jmpai.v3i4.1166>
- Santoso, D. S. A., & Dwijayanti, R. (2021). Pengaruh viral marketing terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening (studi kasus pada mahasiswa jurusan pendidikan ekonomi Universitas Negeri Surabaya pembeli aksesoris handphone di Shopee). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 10(1), 1545–1553. <https://doi.org/10.26740/jptn.v10n1.p1545-1553>
- Sari, S. K., Isrofani, A. N., Pratiwi, C., & Batu, R. L. (2021). Pentingnya Inovasi Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Berulang Pada Brand Iphone di Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1). <https://doi.org/10.26905/jbm.v8i1.5605>
- Saridewi, D. O., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen sebagai variabel intervening. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(6), 1722–1738. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i6.1072>
- Sofyani, H. (2025). Penggunaan teknik Partial Least Square (PLS) dalam riset akuntansi berbasis survei. *Reviu Akuntansi dan Bisnis Indonesia*, 9(1), 80–94. <https://doi.org/10.18196/rabin.v9i1.26199>
- Sugiyono, Prof. D. (2019). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d. alfabeta.
- Tamindael, M., & Ruslim, T. S. (2021). Pengaruh komunikasi dan citra merek terhadap loyalitas merek dengan kepercayaan sebagai mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 236. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i1.11317>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan pembelian: sebagai variabel mediasi hubungan kualitas produk dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Triandini, W. P., & Raharjo, I. B. (2025). Pengaruh Fear of Missing Out (FOMO), harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian skincare Glad2Glow di tiktok. *SIMANIS*, 4.

- Tua, G. V. M. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mesin pompa air submersible dab decker di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru. *JURNAL JUKIM*, 1(4), 140–154.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh online customer review, citra merek dan religiusitas terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan konsumen sebagai variabel intervening (studi pada pengguna marketplace Shopee generasi z). *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*, 10(1), 30–47. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>
- Waliyuddin, M. H., & Tuti, M. (2023). Pengaruh kualitas produk, dan brand image terhadap kepuasan pelanggan dan repurchase intention di Hanamasa Mall Metropolitan Bekasi. *10*(3).