

DAFTAR PUSTAKA

- Adaming, S. (2019). *PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PONSEL IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS*.
- Addha, E. V. (2017). *Studi Deskriptif Gaya Hidup Mahasiswa Pengguna Iphone Di Fakultas Psikologi Universitas Medan*. 203.
- Agung, I. G., & Swatama, A. (2022). *SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar) Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali-Indonesia ABSTRAK I Gede Agung Adi Swatama , Peran Gaya Hidup ... Perkembangan media komunikasi di Indones*. 11(6), 1231–1254.
- Amirullah, A., Zulkarnain, M., & Astuti, Y. (2021). *Gaya Hidup Dan Kelompok R*Amirullah, A., Zulkarnain, M., & Astuti, Y. (2021). *Gaya Hidup Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. Jurnal Ekonomi Perjuangan*, 2(1), 1–12.
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2017). *Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja*. 3(3), 131–140.
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). *KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE PADA SAMSUNG*. 1(1), 1–14.
- Ayu, D., & Zannah, M. (2022). *PENGARUH CITRA MEREK , HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK IPHONE (STUDI KASUS TERHADAP GENERASI Z KOTA SURABAYA) Dyah Ayu Miftakhul Zannah dyahayumiftakhulzannah @ gmail . com Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*.
- Darmasari, R., Wijayanto, G., Brand, P., Dalam, E., Lifestyle, M., Customer, D. A. N., Pada, V., Smartphone, M., & Kota, D. I. (2014). *PENGARUH BRAND EQUITY DALAM MEMBENTUK LIFESTYLE DAN CUSTOMER VALUE PADA PENGGUNA MEREK SMARTPHONE DI KOTA*. VI(2).
- Fauzi, D. H. (2021). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN PEMBELIAN ULANG (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 2(6), 790–800.

- Firmansyah, M. A. (2019). *Dr . M . Anang Firmansyah , SE ., MM . i. June.*
- Foster, B., Reyta, F., Johansyah, M. D., Nadeak, B., Sormin, E., Informatika, U., Padjajaran, U., & Indonesia, U. K. (2020). *Peranan Desain Kemasan dan Branding Dalam Peningkatan Citra Merek Produk Usaha Unggulan Bandung Selatan PENDAHULUAN Sudaryatmo (2011) menyatakan pemahaman merek lokal belum biasanya berukuran lebih besar terdapat pada dry food , kemasan dibuat agar pers. 2, 479–486.*
- GoodStats. (2023). *Sensus BPS: Saat Ini Indonesia Didominasi Oleh Gen Z.*
- Hair, J. F. J., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis (7th Edition)* by Joseph F. Hair, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson (z-lib.org).pdf. In *Pearson Education, Inc.* (p. 761).
- Karawang, B. K. (n.d.). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020.*
- Lani, B., Lestari, S., Septiani, E., & Mataram, U. (2021). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram.* 2(1). <https://doi.org/10.29303/alexandria.v2i1.26>
- Lystia, C., Winasis, R., Widiанти, H. S., & Hadibrata, B. (2022). *DETERMINASI KEPUTUSAN PEMBELIAN : HARGA , PROMOSI DAN KUALITAS PRODUK (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN).* 3(4), 392–403.
- Mt, J., & Malang, H. (2018). *No Title.*
- Muhammad Fadli Noor, R. A. N. (2021). *SMARTPHONE IPHONE Pendahuluan.*
- 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>
- Pardede, R., Manajemen, M., Mulia, U. B., Haryadi, T. Y., Manajemen, A. M., & Mulia, U. B. (2018). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen.* 10(1).
- Priangani, A. (2023). *Memperkuat manajemen pemasaran dalam konteks persa.*
- Priansa, D. J. (2017). *Perilaku konsumen dalam persaingan bisnis kontemporer.*
- Rahmi, W. S. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin.* 1(2), 80–91.
- Ramadhan, F. D., & Wahjono, S. I. (2022). *Pentingnya Manajemen dan Peran Manajer di Sekolah. Muhammadiyah Surabaya, April, 1–16.*

- Salsabila, A. H. F. (2022). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (Jiwa), 2018-2020*.
- Saputra, S. T., Hidayat, K., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 50(6), 85–95.
- Savitri, C., Fahri, A., & Fadila, S. P. (2022). *Peningkatan citra umkm taruna tani amanah melalui strategi branding*. 7(1), 1–7.
- Savitri, C., Hurriyati, R., Wibowo, L. A., & Hendrayati, H. (2021). The role of social media marketing and brand image on smartphone purchase intention. *International Journal of Data and Network Science*, 6(1), 185–192. <https://doi.org/10.5267/J.IJDNS.2021.9.009>
- Savitri, C., & Maemunah, M. (2021). Brand Switching Model Against Consumer Dissatisfaction onthe Shopee Marketplace to Other Marketplaces. *Jurnal Manajemen Industri Dan Logistik (JMIL)*, 5(2), 171–180. <http://dx.doi.org/10.30988/jmil.v5i2.1153171><http://jurnal.poltekapp.ac.id/>
- Schiffman, L. G. & L. L. K. (2018). Cosumer behavior (10 th Edition). In *Cosumer behavior (10 th Edition)*. New Jersey: Pearson Education.
- Selvie, Y. T., & Sujana. (2018). The Influence of Hedonic Shopping Motivation , Impulsif Buying , and Lifestyle on Purchase Decisions The Influence of Hedonic Shopping Motivation , Impulsif Buying , and Lifestyle on Purchase Decisions. *International Journal of Research and Review*, 8(11), 181–183.
- Shriedeh, F. B., & Road, A. (2020). *Strategic Factors for Building Brand Equity : Jordan Medical Tourism Faktor-faktor Strategis untuk Membangun Ekuitas Merek : Pariwisata Medis Yordania*. 11(1), 121–137. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v11i1A.821>
- Sitorus, C. V., Maolana, A., & Se, H. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI IPHONE DI BANDUG TAHUN 2019 THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE AND PRODUCT QUALITY TOWARDS PURCHASE INTENTION BUYING IPHONE IN BANDUNG 2019*. 5(2), 637–644.
- Somantri, B. (2020). *PEMBELIAN PRODUK IPHONE (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi)*. 3(April), 1–10.
- StatCounter. (2022). Mobile Operating System Market Share Indonesia | StatCounter Global Stats.

In *Www.Gs.Statcounter.Com* (pp. 1–4).

Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). *YUME : Journal of Management Pengaruh Kualitas Produk , Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor*. 4(2), 254–271. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>

Tawas2, Josiel Driand Pandensolang, H. N. (2015). *Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian coca-cola pada pt. bangun wenang beverages company di manado*. 3(3), 1113–1124.

wikipedia. (2023). *Kota Karawang*. Wikipedia.

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.

Yanti, R. B. (2020). *Gaya Hidup Brand Minded Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa*. 8(3), 401–415. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo>

Yuki Christina, T. P. (2022). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian Produk MaxTea Tarikk Pada PT Sinar Mitra Usaha*. 4(April), 569–581.

