

## Daftar Pustaka

- Aisah, Iin Nur & Wahyono. (2018). *The Influence Of Store Atmosphere, Product knowledge And Brand image Toward Purchase Decision Through Word Of Mouth. Management Department, Faculty of Economics, Universitas Negeri Semarang, Semarang, Indonesia*
- Amalia, R., & Sylvia Rozza, S. E. (2022). Analisis Pengaruh Halal Awareness, Religiusitas, Gaya Hidup, dan Viral Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare dan Kosmetik Halal (Studi pada Generasi Z di DKI Jakarta). *Account: Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perbankan*, 9(2).
- Charastrakool, R. (2020). *Factors affecting online purchase intention of Thai Generation Z towards e-commerce platform (Doctoral dissertation, Department of Marketing in Digital Era, College of Innovative Business and Accountancy, Dhurakij Pundit University)*.
- Deisy, M., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai–Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol6(4).
- Deisy, M., Lopian, S. J., & Mandagie, Y. 2018. Analisis Citra Merek, Harga Produk Dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Seluruh Gerai–Gerai Seluler Di It Center Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* Vol 6(4)
- Dhenta Megasavitri Susanto (2021), dengan judul penelitian Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya).
- Dimas Hardian Putra<sup>1</sup>, Ginanjar Rahmawan<sup>2</sup> (2022). Pengaruh Citra Merek, Desain Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Vespa Di Sukoharjo
- Edwar, D. I. P. Dan M. (2014). E-Journal Unesa Pengaruh Gaya Hidup, Fitur Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Masyarakat Menggunakan

- Jejaring Sosial Twitter Di Surabaya Selatan Dwi Ilham Prasetya Dan Muhammad Edwar. E-Journal Unesa Pengaruh, 2(2).
- Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Citra Merek (Planing & Strategi). Surabaya: CV. Qiara Media
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate SPSS 25*. Semarang: Bp Undip
- Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta
- Kotler, P., & G. Armstrong. (2014). *Principle of Marketing* Edisi 14. Ebook: Pearson.
- Kotler, Philip 2002. *Marketing Management Millenium Edition*. Boston : Pearson Custom Publishing.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi. 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta : Indeks, Kelompok Gramedia
- Kotler, Philip; Keller (2016) *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Erlangga, Jakarta.
- Mappedeceng, R. (2021). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari. *J-MAS (Jurnal Manajemen dan Sains)*, 6(2), 422-426.
- Novizal, Guntur; Rizal, Alimuddin (2020), “*Pengaruh Product Knowledge dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Image sebagai variabel Moderasi (Studi pada konsumen mobil Wuling di Dealer Wuling Semarang)*”, *Proceeding SENDIU 2020* ISBN:978-979-3649-72-6
- Pamungkas, Palguno Achmad dan Eddy Guridno. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Loyalitas pengguna motor Vespa di Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmu Manajemen: Volume 15, No. 1, Hal. 86-97*
- Peter J. Paul dan Olson Jerry C. (2010). *Consumer Behavior and marketing Strategy* 9 New York, USA : Mc Grawhill.

- Putra, R. S., & Samuel, H. (2018). *Brand experience, brand commitment, dan brand loyalty* pengguna apple iphone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 69-76.
- Sarah Puspaningrum, H. D. (2021). *Pengaruh Brand Image Dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Holland Bakery Pandanaran Semarang)*. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Vol.2 No.3*.
- Sari, D. P. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Vol 3 (2), Hal: 73-83
- Sari, D. P. 2019. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis*, Vol 3 (2), Hal: 73-83
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencana.
- somantri, B. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pada Siswa Dan Siswi Sman 3 Kota Sukabumi). *CAKRAWALA – Repositori IMWI* , 1-10.
- Sugiyono, 2015. (2015). “*Pengaruh Status Kerja Ibu Rumah Tangga Terhadap Coping Stress*” *Skripsi*. 36–44
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran Edisi Kedua*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Manajemen Jasa*. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi
- Ubaidi, I. A., & Batu, R. L. (2020). *Pengaruh Product Involvement dan Product Knowledge Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. *Jurnal Mebis*, 5(2).
- Winda Larika<sup>1</sup>, Sri Ekowati<sup>2</sup> (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo. oleh Dony Buntoro<sup>1</sup>, Fathorrahman<sup>2</sup>, Theresia Pradiani<sup>3</sup> (2023). *Pengaruh Product Knowledge*,

*Brand Image Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Mikrofon Seruniaudio di PT. Seruni Karya Indonesia.*

Yulia. 2015. *Dimensi Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus pada Member PT. Orindo Alam Ayu Cabang Palembang)*

Zukhrufani, A., & Zakiy, M. (2019). *The Effect Of Beauty Influencer, Lifestyle, Brand Image And Halal Labelization Towards Halal Cosmetical Purchasing Decisions*. *Jebis (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)| Journal Of Islamic Economics And Business*, 5(2), 168-18

