

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, & Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Adi Suarsana, I. P. R., & Sumadi Putra, K. E. (2023). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo di Kecamatan Buleleng. *Prospek: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 149–155.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilmiah*, 5(2), 14–23.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh brand image dan brand awareness terhadap keputusan pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Buccieri, D., & Park, J. E. (2015). Entrepreneurial marketing and reconfiguration towards post-entry performance: Moderating effects of market dynamism and entry mode. *Journal of Business Research*, 148, 89–100.
- Ekawati, S., & Aryadirda, Y. (2018). Pengaruh brand image, brand awareness, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk planet popcorn pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas tarumanagara jakarta. *Jurnal Ekonomi*, 20(3), 414–427.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran produk dan merek*. Jawa Timur: Qiara Media.
- Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone oppo di kota Pagar Alam. *Jurnal Aktiva: Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44-53.

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 540-548.
- Hadi, & Sutrisno. (2001). *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Hepat, D. A. R., Yantu, I., Juanna, A., & Kusuma, C. A. (2024). Gaya Hidup Hedonis Pada Pengguna Smartthphone Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Gorontalo). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 7(1), 237-244.
- Isyanto, P., & Wijayanti, K. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan J&T Express Pada Masa Pandemi COVID-19. *Owner*, 6(2), 2101–2111.
- Keller, K. L., & Kotler, P. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019). *Perinsip-Perinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Laia, S., Dakhi, Y., & Dakhi, P. (2021). Pengaruh Segmentasi Pasar Terhadap Volume Penjualan di UD.LIS Teluk Dalam Kabupaten Nias Selatan. *PARETO: Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 36–46.
- Lestari, N. K. D., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Social Media Marketing dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 1(1), 137–145.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2009). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta : Salaemba Empat.
- Meliani, A., Kosim, A. M., & Hakiem, H. (2021). Pengaruh Religiusitas, Gaya Hidup, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Busana Muslim di Marketplace. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 2(3), 174–186.

- Maryati, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Nurhayati, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone samsung di yogyakarta. *JBMA – Vol. IV, No. 2, September 2017 ISSN : 2252- 5483, IV(2)*, 60–69.
- Philip, K., & Amstrong, G. (2001). *Prinsip-prinsip pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Rizki, P. N. M., Handoko, I., Purnama, P., & Rustam, D. (2020). Promoting Self-Regulated Learning for Students in Underdeveloped Areas: The Case of Indonesia Nationwide Online-Learning Program. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(7), 511–520.
- Roa, P. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. The Asian Manager (February-March)*.
- Sangadji, Mamang, E., & Sopiah. (2017). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta:Andi Offset.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta:Lentera Ilmu Cendikia.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:ALFABETA.
- Suharno. (2010). *Dasar-Dasar Kebijakan Publik*. Yogyakarta:UNY Press.
- Sukania, I. W., Salomon, L. L., & Dharmawan, O. (2017). Usulan Perbaikan Kualitas Produk Plastik Dengan Metode Quality Function Deployment Di Pt. X. *Jurnal Ilmiah Teknik Industri*, *5*(2), 63–69.
- Sumarwan. (2014). *Definisi Perilaku Konsumen* (Jakarta :).
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-dasar manajemen pemasaran*. Yogyakarta:CAPS
- Sunyoto, D. (2013). *Metode Penelitian Akuntansi*. Bandung:PT Refika.
- Sumpu, N., & Tumbel, A. (2018). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada

Mahasiswa Universitas Samratulangi Manado Angkatan 2016). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset. Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi, 2020. Wijaya, M. H. P. (2013). Promosi, Citra Merek, Dan Saluran Distribusi Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Terminix Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 105–114.