# DAFTAR PUSTAKA

Adaming, S. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Ponsel Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Skripsi*, 106. http://eprints.unm.ac.id/15436/

Agustina, R. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Tangerang*.

ALDI RIZALDI. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Pada Kepuasan Konsumen Smartphone Realme Di Jabodetabek. *Repository.Uinjkt.Ac.Id*, 1–196.

Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, *7*(2), 462–472. https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113

Astuti, A. (2020). Manajemen Pemasaran. *Manajemen Pemasaran*, *2020*, 1–23.

Bloom, N., & Reenen, J. Van. (2020). pengaruh kualitas produk dan brand image terhadap keputusan pembelian pada PT. Mega Sari Tata Utama. *NBER Working Papers*, 89. http://www.nber.org/papers/w16019

Chandra, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Prduk “Chatime” di Kelapa Gading. *Skripsi*, 7–21.

Chardika Respatya Hendro, W. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.

Erna. (2022). Bab II Kajian Pustaka Teori Manajemen Pemasaran. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *12*(2004), 6–25.

Fannyn, 2019). (2019). Citra Merek. *Gastronomía Ecuatoriana y Turismo Local.*, *1*(69), 5–24.

Febrian, L. P. (2023). *iPhone di Kalangan Milenial dan Gen Z*. Kumparan. https://kumparan.com/lidiapratamafebrian/iphone-di-kalangan-milenial-dan-gen-z-20SsC2P9aAl/full

Fernanda, J. W., Luthifiana, V., & Akhyar, M. K. (2022). Analisis Partial Least Square Structural Equation Model (PLS-SEM) untuk Pemodelan Penerimaan Sistem Jaringan Informasi Bersama Antar Sekolah (JIBAS). *J Statistika: Jurnal Ilmiah Teori Dan Aplikasi Statistika*, *15*(2), 292–297. https://doi.org/10.36456/jstat.vol15.no2.a6436

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

gs.statcounter.com. (2024a). *Mobile Vendor Market Share Indonesia*. Gs.Statcounter.Com. https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia

gs.statcounter.com. (2024b). *Mobile Vendor Market Share Worldwide*. Gs.Statcounter.Com. https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile

Hilmawan Reditya, T. (2021). *Sejarah Logo Apple, dari Apel Newton hingga Warna Pelangi*. Kompas.Com. https://www.kompas.com/global/read/2021/11/14/212703970/sejarah-logo-apple-dari-apel-newton-hingga-warna-pelangi?page=all

Kumparan. (2022). *Sejarah Singkat dan Kisah Sukses Siapa Pendiri Apple*. Kumparan.Com. https://kumparan.com/berita-terkini/sejarah-singkat-dan-kisah-sukses-siapa-pendiri-apple-1yrD3c3aMTD/1

Kurniati, K. (2020). Pengaruh pengawasan dan kepuasan kerja terhadap disiplin kerja karyawan bagian produksi pada pt.sari lembah subur. *Skripsi*, 1–131.

Lay. (2019). BAB II KAJIAN TEORITIS 2.1 Kualitas Produk 2.2.1 Pengertian Produk. *Laboratorium Penelitian Dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman, Samarinda, Kalimantan Timur*, *1*(1), 5–30. https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi 1585501090.pdf%0Ahttps://www.unhi.ac.id/id/berita/detail-berita/UNHI Launching-Sistem-Sruti%0Ahttps://kepustakaan presiden.perpusnas.go.id/uploaded\_files/pdf/article\_clipping/normal/BUNG\_KA

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

Maryati, & Khoiri.M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 542–550.

Ramli, D. (2024). *9,9 Juta Gen Z Indonesia Tidak Bekerja dan Tidak Sekolah*. Kompas.Com. https://money.kompas.com/read/2024/05/17/135502126/99-juta-gen-z-indonesia-tidak-bekerja-dan-tidak-sekolah

Ryaneka21. (2014). *Struktur Organisasi dan Manajemen dari Perusahaan di Bidang Industri Teknologi*. Ryanzzeka.Wordpress.Com. https://ryanzzeka.wordpress.com/2014/10/19/struktur-organisasi-dan-manajemen-dari-perusahaan-di-bidang-industri-teknologi/

Sari, R. D., Sartika, D. D., Soraida, S., Sriwijaya, U., Sriwijaya, U., Sriwijaya, U., & Sriwijaya, U. (2023). Iphone dalam perspektif nilai tanda dan simbol di kalangan mahasiswa fisip unsri. *Jurnal Sosiologi Usk: Media Pemikiran & Aplikasi*, *17*, 1–16.

Sciences, H. (2020). Pengaruh Harga dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen. *Pengaruh Harga Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen*, 1–23.

Simatupang, L. N., & Marsella, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Ibox Gandaria City. *Jurnal Manajemen*, *6*(1), 47–61. https://doi.org/10.54964/manajemen.v6i1.161

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Edisi Kedu). ALFABETA, cv.

Suherdinignsih, V. V., & Rokhman, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, *1*(1), 17–28.

Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, *7*(4), 450. https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038

Wahyuni. (2019). Bab III Metode Penelitian SEM PLS. *Bab III Metoda Penelitian*, *Bab iii me*, 1–9.

Widiastuti, I. E., Suparmono, & Barmawi, M. M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone pada Mahasiswa STIM YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, *1*(1), 17–28. https://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb/article/viewFile/124/59

Wijayanti, A. W. (2022). *Pengaruh Positioning, Diferensiasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Iphone Di Kota Semarang)*. *19*(5), 1–23.

Williianti. (2020). Pengaruh Citra Merek,Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Smartphone. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1*, *12*(2004), 6–25.

Yuliana. (2020). Bab I Perkembangan Teknologi. *Bab I Perumusan Masalah*, 1–7.