

DAFTAR PUSTAKA

- ahmad zhafran, nurvita trianasari. (2021). *KONSUMEN DI INDONESIA THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY , PRICE , AND BRAND IMAGE APPLIED TO*. 8(5), 4650–4658.
- Al rasyid, H., & Tri Indah, A. (2015). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan. *Perspektif*, 16(1), 39–49. <https://doi.org/2550-1178>
- Ali Qalati, S., Li, W., Iqbal, S., Yassir Hussain, R., Wen Yuan, L., & Ali, S. (2019). Impact of Price on Customer Satisfaction; mediating role of Consumer Buying Behavior in Telecoms Sector mediating role of Consumer Buying Behaviour in Telecom Sector View project International Journal of Research Impact of Price on Customer Satisfaction; *International Journal of Research Impact of Price on Customer Satisfaction*, 06(04), 150–165. <https://journals.pen2print.org/index.php/ijr/>
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Design, Feature, and Price on Purchasing Decision of Apple iOS Smartphone in Surakarta, Indonesia. *The International Journal of Social Sciences and Humanities Invention*, 5(12), 5187–5191. <https://doi.org/10.18535/ijsshi/v5i12.15>
- Asep Saepul Hamdi, E. B. (2015). *metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*.
- Batubara, A., & Hidayat, R. (2016). Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi terhadap Tingkat Penjualan Tiket pada PSA Mihin Lanka Airlines. *Ilman*, 4(1), 14.
- Bhatti, A., Arif, S., Mehar, M., & Younas, S. (2018). Impact of Social media brand communication on Brand Knowledge: Mediating role of Brand Image & Brand Awareness Application of CBBE model theory of Keller. *Journal of Management Info*, 4(4), 12–18. <https://doi.org/10.31580/jmi.v15i1.72>
- Binh, L. D., Vo, T. H. G., & Le, K. H. (2017). The impact of electronic word of mouth on brand image and buying decision: An empirical study in Vietnam tourism. *International Journal of Research Studies in Management*, 6(1). <https://doi.org/10.5861/ijrsm.2017.1738>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- Dergibson Siagian, S. . (2020). *Metode statistika untuk bisnis dan ekonomi*.
- Dikdaya, J. I., & Septarina, A. A. (2022). *Pengaruh Citra Merek dan Harga*

terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett di Kota Unaaha. 12(April), 207–216. <https://doi.org/10.33087/dikdaya.v12i1>.

Dr. Achi Rinaldi, S.Si, M.Si., Novalia, S.Pd, M.Si., Muhamad Syazali, S.Si, M.Si. (2021). *Statistika Inferensial untuk Ilmu Sosial dan Pendidikan*.

Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, S. E. M. S. (2021). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online*. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=v7Z-DwAAQBAJ>

Dr. Joko Subando, S.Si., M. P. (2021). *Teknik Analisis Data Kuantitatif Teori dan Aplikasi dengan SPSS*.

Edwin, A. S. (2019). Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Dan Diferensiasi Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Toko Shasya Cake Di Kecamatan Banjarsari. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–46. <http://repositori.unsil.ac.id/id/eprint/1009>

Eko Sudarmanto, Ardhariksa Zukhruf Kurniullah, Erika Revida, Rolyana Ferinia, Marisi Butarbutar, Leon A Abdilah, Andriasan Sudarso, Bonaraja Purba, Sukarman Purba, Ika Yuniwati, A Nururrochman Hidayatulloh, Irawati HM, N. F. S. (2021). *Desain penelitian bisnis: Pendekatan kuantitatif*.

Ely Arinawati, S. P. B. S. S. P. M. M. (2021). *Penataan Produk SMK/MAK Kelas XII*. Gramedia Widiasarana indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=KPOWEAAAQBAJ>

Galih Widiatmoko, S. (n.d.). *Kurs dollar terhadap rupiah 5 tahun terakhir*.

Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program IBM SPSS* (7th ed.). Universitas Diponegoro.

Gunarsih, C. M., Kalangi, J. A. F., & Tamengkel, L. F. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity*, 2(1), 69–72.

Hery, S.E., M. Si., CRP., RSA., C. (2019). *Manajemen Pemasaran*.

Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86–96.

Jackson R.S. Weenas. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta. *Jackson R.S. Weenas - KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SPRING BED COMFORTA*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/2303-1174>

John Budiman Bancin, S. P. M. M. (n.d.). *Citra Merek dan Word of Mouth*

(*Peranannya Dalam Keputusan Pembelian Mobil Nissan Grand Livina*).
Jakad Media Publishing.
<https://books.google.co.id/books?id=riAzEAAAQBAJ>

Kiswanto, K., Pudyaningsih, A. R., & Akramiah, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Talas. *Jurnal EMA*, 4(1), 25–39. <https://doi.org/10.47335/ema.v4i1.34>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles Of Marketing 7th European Edition (Vol.51)*. Pearson Education Limite.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management (15th Editi)*. Harlow, England: Pearson Education Limited.

Kurniasih, D., & Rozi, A. (2021). *Kepuasan konsumen : studi terhadap word of mouth, kualitas layanan dan citra merek*. Bintang Visitama.
<https://books.google.co.id/books?id=Z7ZFEAAAQBAJ>

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>

Lubis, Z. (2021). *Statistika Terapan untuk Ilmu-Ilmu Sosial dan Ekonomi*.

Miati, I. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Abiwarra : Jurnal Vokasi Administrasi Bisnis*, 1(2), 71–83.
<https://doi.org/10.31334/abiwarra.v1i2.795>

Miles, D. A., Development, M., Corporation, I., Olagundoye, E., Clay, J., & Expert, M. (2019). *Journal of Marketing Perspectives*. April.

Mufarrikoh, Z. (2019). *Statistika Pendidikan (Konsep Sampling dan Uji Hipotesis)*.

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>

Pratama, I., & Rahmidani, R. (2020). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sulaman Khas Kota Padang. *Jurnal Ecogen*, 3(1), 95. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i1.8529>

Puspitasari, P., Eka, D., & Nailis, W. (2018). Pengaruh Lokasi dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jembatan*, 15(1), 23–32.

Putra, I. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera UTARA*.

- Rahman, E. (2021). Decision to Purchase an Iphone Mobile Phones Which Influenced by Brand Images, Product Quality, and Price Perception (A Case Study on Students of Faculty of Economic, State University of Gorontalo, The Class of 2019). *Journal of Marketing and Consumer Research*, 75, 1–11. <https://doi.org/10.7176/jmcr/75-01>
- Rihayana, I. G., Putra Salain, P. P., Eka Rismawan, P. A., & Mega Antari, N. K. (2022). the Influence of Brand Image, and Product Quality on Purchase Decision. *International Journal of Business Management and Economic Review*, 04(06), 342–350. <https://doi.org/10.35409/ijbmer.2021.3345>
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Sa'adah, L. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk serta Pengaruhnya terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453–464.
- satriani adaming. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK PONSEL IPHONE (STUDI PADA MAHASISWA PENDIDIKAN EKONOMI UNIVERSITAS NEGERI MAKASSAR)*.
- Setyawati, K. E., Z, O. K., & Farradia, Y. (2021). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus Pada Cv Kirana Motorindo Jaya). *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Manajemen*, 3(4). <https://jom.unpak.ac.id/index.php/ilmumanajemen/article/view/1471>
- Shabbir, M. Q., Khan, A. A., & Khan, S. R. (2017). Brand Loyalty Brand Image and Brand Equity: the Mediating Role of Brand Awareness. *International Journal of Innovation and Applied Studies*, 19(2), 416–423. <http://www.ijias.issr-journals.org/>
- Sumarwan, U. (2019). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*.
- 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>
- Susanto, D. M. (2021). (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(1), 15.

- Syahrir, Danial, Yulinda, E., & Yusuf, M. (2020). *Aplikasi Metode SEM_PLS dalam Pengelolaan Sumberdaya Pesisir dan Lautan* (L. Daris & A. D. Riana (eds.); 1st ed.). PT Penerbit IPB Press.
- Umar, H. (n.d.). *Metode riset bisnis*.
- Umar, M. H., Adhi Prasetyo, S. T. M. M., & Sofyan, E. (2018). The Influence of Product Features, Brand Name, Price, and Social Influence towards Purchase Intention of iPhone in Indonesia. *International Journal of Scientific and Research Publications (IJSRP)*, 8(4), 157–161. <https://doi.org/10.29322/ijsrp.8.4.2018.p7622>
- Wasis, N. s, K. (n.d.). *Pedoman Riset Praktis Untuk Profesi Perawat*.
- Wicaksana, B., & Zuliastiana, D. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Di Indonesia. *Ekonomi Paradigma*, 20(02), 35–43.
- Widiastiti, N. M. G., Yasa, N. N. K., & Rahanata, G. B. (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). *International Journal of Economics and Management Studies*, 7(4), 199–207. <https://doi.org/10.14445/23939125/ijems-v7i4p124>