

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, F., Maulidiyah, R., & Hidayanto, M. F. (2022). Pengaruh gaya hidup dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 83–90. <https://doi.org/10.30872/jmmn.v14i1.10638>
- Alfazirah, Rachma, & Primanto. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Label Harga dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 11(09), 1–8.
- Anggraini, T. R. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Awareness Terhadap Minat Beli Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 5(2), 143–161.
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah, Sumatera Utara). *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6766>
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Deepublish.
- Astuti, M., & Matondang, N. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM Dan Digital Sosial Media*. Deepublish.
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Surabaya. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 7(4).
- Ayu, T. D., & Kuswati, R. (2022). The Effect of Brand Image and Product Quality on Purchase Decision of Starbucks Coffee in Malang City. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(01), 1–11. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i01.26915>
- Chalil, R. D. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Re-Branding* (R. Pers (ed.); 1st ed.).
- Coaker, W. (2021). *Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Branding With Images: The Ultimate Guide to Grow Your Business with Images: How to Build a Strong Brand Image*. Independently published.
- Darmanto & Sri Wardaya. (2016). *Manajemen Pemasaran (Untuk Mahasiswa, Usaha Mikro, Kecil dan Menengah)*. Deepublish.

- Dawud, & Supriyadi, H. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Cafe Jalan Korea. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(3).
- Dewi, R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Administrasi Bisnis Fisipol Unmul*, 7(4), 409. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v7i4.2862>
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, T. H. (2018). *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE-YOGYAKARTA.
- Ernawati, R., Dwi, A. B., & Argo, J. G. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. 4(2), 200–218.
- Espíndola, J. I. (2020). *Country Image and Brand Image: The Effects “Country Image” and “Brand image” on Luxury Products*. Scienca Scripts.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran: Dasar dan Konsep*. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I. (2016). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square (PLS)* (4th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2020). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (Edisi 2). Badan Penerbit - Undip.
- Hadita, H., Widjanarko, W., & Hafizah, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Smartphone Terhadap Keputusan Pembelian di Masa Pandemic Covid19. *Jurnal Kajian Ilmiah*, 20(3), 261–268. <https://doi.org/10.31599/jki.v20i3.294>
- Herlambang, & Komara. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan*, 7(2), 56–64.
- Hermawanto, A., & Anggrani, M. (2020). Globalisasi, Revolusi Digital Dan Lokalitas : Dinamika Internasional Dan Domestik Di Era Borderless World. In *LPPM UPN VY Press*.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Kepuasan & Kepuasan*. Unitomo Press.
- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity*. Pearson.
- Kotler, Kartajaya, Hermawan, Setiawan, & Iwan. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity* (berilustra). ohn Wiley & Sons.

- Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing* (17th Globa).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (12th, berilu ed.). Pearson/Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. M. (2012). *Principles of Marketing* (14th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., & Brady, M. (2019). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk, dan Endorse. *JIMT: Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Lamalewa, F., Ririhena, S. W., & Putri, R. N. (2018). The influence of lifestyle and brand images on decisions on samsung brand smartphone purchasing in students of economic and business, faculty of economics and business at the university of musamus, Merauke. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, 9(10), 304–309.
- Maghfiroh, K. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Word of Mouth Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Implikasinya Pada Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 2(2), 34–44. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v2i2.4075>
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Ramadhan, D. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu). *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 7(1), 43–53. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v7i1.1528>
- Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492. www.ijisrt.com
- Noor, J. (2017). *Metodologi penelitian : skripsi, tesis, disertasi, dan karya ilmiah*

(Cetakan ke). Kencana.

- Nurhadi, M. (2020). Analisis Kualitas Produk dan Kepuasan Konsumen pada Produk Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 1–10.
- Oscar, B., & Megantara, H. C. (2020). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Muslim Army. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–12.
- Pramesty, D. W., & Simanjuntak, M. (2020). Konsep Diri, Gaya Hidup, Strategi Pemasaran, dan Pembelian Impulsif Antargenerasi. *Jurnal Ilmu Keluarga & Konsumen*, 13(1), 87–98.
- Priansa, D. J. (2018). *Komunikasi pemasaran terpadu pada era media sosia* (Cetakan I). Pustaka Setia.
- Puranda & Madiawati. (2020). *Pengaruh Perilaku Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Proses Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah*. 10(1), 25–36.
- Putri, N. A., & Lestari, D. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Pengelolaan Keuangan Tenaga Kerja Muda di Jakarta. *AKURASI: Jurnal Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 1(1), 31–42.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Rizal, & Yani, A. (2022). Influence of Brand Image, Lifestyle, and Product Quality on iPhone Smartphone Purchase Decision. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 6(3).
- Rupayana, I. K., Suartina, I. W., & Mashyuni, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Impulse Buying dan Electronic Word of Mouth (EWOM) terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Smartphone Merek Oppo di Kota Denpasar. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 1(1), 233–247.
- Sari, N. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 1–10.
- Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* (7th ed.). Prenada Media.
- Siregar, M. A., & Saragih, N. M. (2023). Pengaruh Gaya Hidup , Harga , Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone merek Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan). *Journal of Creative Student Research*, 1(1), 392–401.
<https://ejurnal.politeknikpratama.ac.id/index.php/jcsr/article/view/1167/1137>

- Situmorang, M. K. (2021). Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Penggunaan Uang Elektronik (Dompet Digital) Sebagai Alat Pembayaran Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Medan. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1). <https://doi.org/10.30596/maneggio.v4i1.6646>
- Sochib, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1), 47–54.
- Solihin, W. A., Tewal, B., & Wenas, R. (2020). Pengaruh Sikap Konsumen dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone (Studi Pada Mahasiswa UNSARAT di Manado). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 8(1), 511–520.
- Statistik, B. P. (2021). *elecommunication Statistics in Indonesia 2021* (Issue 1). Badan Pusat Statistik. <https://statistik.jakarta.go.id/penggunaan-perangkat-tik-dan-internet-di-dki-jakarta/>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *Journal of Management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>
- Sutisna, M. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(2), 1–10.
- Sutiyono, R dan Brata, H. (2020). The Effect of Prices, Brand Images, and After Sales Service Reinforced Bar Steel Products on Consumer Purchasing Decisions of PT. Krakatau Wajatama Osaka Steel. *Dinasti International Journal of Education Management and Social Science*, 1(6), 945–967.
- Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia di Jakarta. *Manajemen Pemasaran*, 9(021), 113–123.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: Prinsip dan penerapan*. Andi Offset.
- Wulandary, N. (2018). Pengaruh Iklan, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen. *Urnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 7(1).
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute (BIRCI-Journal): Humanities and Social Sciences*, 4(1), 472–481. <https://doi.org/10.33258/birci.v4i1.1629>