

DAFTAR PUSTAKA

- Agustino, B. (2024). Pengaruh Inovasi Produk, Pengetahuan Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli *Smartphone* iPhone di Kota Pontianak. *Jurnal Manajemen Update*.
- Andita, F. D., & Hermawan, D. (2023). *The Role of Product knowledge on Purchase Intention: Case Study of Agriculture Biological Product. International Journal on Social Science, Economics and Art*, 12(4), 208.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Statistik Telekomunikasi Indonesia 2022*. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://www.bps.go.id>
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Jumlah penduduk menurut kabupaten/kota di Provinsi Bali. Tersedia pada* <https://bali.bps.go.id/id/statistics-table/1/MTg4IzE%3D/penduduk-laju-pertumbuhan-distribusi-persentase-penduduk-kepadatan-penduduk-dan-rasio-jenis-kelamin-menurut-kabupaten-kota-di-provinsi-bali-2022.html>
- Chaidir, M., Benardi, B., & Tampubolon, D. M. (2024). Pengaruh *Brand Luxury* dan *Brand image* Pada Fashion Terhadap Minat Beli Remaja di Jakarta Selatan. *Studia Ekonomika: Journal of Accounting, Management & Entrepreneurship*, 22(1), 7–14.
- Dewi, M. S. P., & Telagawathi, N. L. W. S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Make Up Wardah (studi kasus pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 10(1), 92–100.
- Dyitha, F. A., & Ariasih, M. P. (2025). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* pada TikTok dan *Brand image* Terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Wardah di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 745–754.
- Euromonitor International. (2024). *What women want: Unveiling female consumer behaviour in the global marketplace*. Euromonitor International. Tersedia pada <https://www.euromonitor.com/article/what-women-want-unveiling-female-consumer-behaviour-in-the-global-marketplace>
- Fahmi, A. R., Yasarah, R. D., Yuhda, A. P., Fithrotun, N., & Fitrasari, N. L. (2025). *Dilema pembelajaran digital: Mudah dicerna, sulit mendalam?* Educate: Jurnal Teknologi Pendidikan, 10(2), 274–285.
- Farisi, S.A., dkk. 2020. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada *E-Commerce* Lazada (Studi Pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Pengguna Marketplace Lazada), *JHAGABI (Jurnal Ilmu Administrasi Niaga/Bisnis)*, 9(2), 377-385.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Hermawan, D. J. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Platform Shopee). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 103.
- International Data Corporation. (2024). *IDC Quarterly Mobile Phone Tracker 2024*. Diakses pada 15 Mei 2025, dari <https://www.idc.com>
- Irawati, L., Zaini, M., & Renoat, R. (2023). Pengaruh *Product knowledge* terhadap Minat Beli Konsumen Kosmetik Wardah di Kota Kupang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(1), 57.
- Jayanti, N. W. S., Telagawathi, N. L. W. S., & Trianasari. (2023). *The Role of Customer Satisfaction in Mediating Brand image and Perceived Value on Brand Loyalty For Tri Providers in Bali*. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 2058–2064.
- Khoirunnisa, D., & Albari, A. (2023). *The Effect of Brand image and Product knowledge on Purchase Intention with e-WOM as a Mediator Variable*. *International Journal of Research in Business and Social Science*, 12(1), 81.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). Erlangga.
- Kusumayani, P. E. (2023). *Pengaruh brand image dan brand trust terhadap repurchase intention (Studi kasus pada konsumen produk Panji Herbal)*. Skripsi, Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha.
- Lestari, N. P. B. W., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). Pengaruh *Electronic Word of Mouth* (e-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli obat jerawat Acnes. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 641–650.
- Lo, V. L., & Iswati. (2023). Pengaruh *Word Of Mouth*, Pengetahuan Produk Dan Citra Merek terhadap Minat Pembelian Ipad Di Kota Surabaya. *Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 10(2), 724.
- Megasari, K. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh electronic word of mouth (e-WOM) oleh beauty vlogger dan citra merek terhadap minat beli lipstik Maybelline di Kota Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 334–340.
- Murniasih, N. N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh citra merek dan kualitas produk pada minat beli ulang produk skincare MS Glow di Singaraja. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(1), 140–148.
- Pangestu, G. R., Pratomo, A. W., & Jaya, P. (2021). Pengaruh pengetahuan produk dan penjualan personal terhadap minat beli produk asuransi (Studi kasus pada asuransi Prudential di Kota Bogor). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan (JIMKES)*, 9(3), 552–560.

- Prayoga, I. K. W., & Yasa, N. N. K. (2023). Peran *Brand image* Memediasi *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) Terhadap *Purchase Intention* (Studi Pada Calon Konsumen Kedai Fore Coffee di Kota Denpasar). *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(12), 2325–2336. <https://ojs.unud.ac.id/index.php/EEB/>
- Priscilla, C., & Aulia, S. (2024). Analisis Persepsi Konsumen dan Citra Merek Belanja Online di Floralclothing. *Prologia*, 8(2), 419-428.
- Putra, K. E. S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen dalam membeli Air Minum Kemasan Yeh Buleleng (Studi Kasus di Kabupaten Buleleng). *Bisma: Jurnal Manajemen*, 6(1), 39–49.
- Rouf, A., & Mandala, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 12(7), 649.
- Sasikirana, D., Masruroh, S., & Hernidatiantin, L. T. (2025). *The Influence of Brand image and Hedonic Lifestyle on iPhone Purchase Decisions Among Generation Z Women in Cirebon City*. *Indonesian Journal of Advanced Research*, 4(4), 400.
- Sinukaban, E. B., & Dewanti, M. A. (2024). *Pengaruh digital marketing dan kualitas produk terhadap minat beli mahasiswa Program Studi Manajemen Undiksha pada pengguna marketplace Shopee*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Suandayana, I. B. P., & Setiawan, P. Y. (2019). Peran Citra Merek dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk terhadap Niat Beli. *E-Jurnal Manajemen*, 8(1), 7371–7398. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2019.v8.i1.p15>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan ke-29). Bandung: Alfabeta.
- Theocharis , D., Tsekouropoulos, G., & Athanasios, G. (2025). *The Digital Generation: Branding and Consumer Behavior in Tech Adoption*. *SCIEPublish*, 10.
- Times Higher Education. (2025). *THE Impact Rankings 2025: Universitas Pendidikan Ganesha (Undiksha)*. Tersedia pada <https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/universitas-pendidikan-ganesha-undiksha>
- Trisnawati, V., Sari, E. N., Azzahrah, S., & Islamyazizah, A. (2023). *Self-esteem pada mahasiswa pengguna iPhone*. *Parade Riset Mahasiswa 2023: Psychological Security Dalam Dinamika Kehidupan Mahasiswa*, 1(1), 183–196.
- Utami, N. K. Y. C., & Telagawathi, N. L. W. S. (2025). *Pengaruh brand image dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian iPhone pada mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha Singaraja*. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*,

- Webometrics. (2023). *Ranking Web of Universities: July 2023 Edition – Indonesia*. Cybermetrics Lab, Consejo Superior de Investigaciones Científicas (CSIC). Tersedia pada <https://www.webometrics.info/en/Asia/Indonesia%20?page=1>
- Zane, C., & Lestari, I. (2022). Pengaruh *Product knowledge* dan *Online Customer Review* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hanasui Pada Marketplace Shopee (Studi Pada Pelanggan Hanasui di Kelurahan Tanjung Rejo Medan). *Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 9(1), 530.

