

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (2014). *Strategic Market Management (10th ed.)*. John Wiley & Sons.
- Al-Ayubi, S., Rizqi, H. A., & Sijabat, R. (2024). Pengaruh Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone iPhone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening.
- Andrean, J., & Kristiawan, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Apple iPhone Pada Mahasiswa di Kota Bandung. *Economics Synchronization*, 2(1).
- Arifin, F., Mustari, M., Dinar, M., Nurdiana, N., & Hasan, M. (2023). *The Influence of Brand Equity, Price and Product Quality on Purchase Decisions for iPhone Brand Mobile Phones. Economic Education and Entrepreneurship Journal*, 6(1), 31–41.
- Arikunto, S. (2005). *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta.
- Ayu, A. D. P., & Hidayati, R. (2023). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Pembuatan Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris Pada Mahasiswa FEB Universitas Diponegoro Semarang yang Pernah Memakai Produk Apple Lebih dari 1 Tahun). *Diponegoro Journal of Management*, 12(4).
- Dzakiyah, R., & Sutrisna, E. (2025). Pengaruh Lifestyle dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Erafone Pekanbaru. *ECo-Buss*, 7(3), 1536–1547.
- Farida, D. A., & Susilawati, H. (2025). Pengaruh Ekuitas Merek, Desain Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel iPhone Pada Generasi Muda di Kecamatan Gajah, Demak. *Dinamika: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 5(1).

- Ferdinand, A. (2013). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gede, I., Esa Widhiarta, T., & Wardana, I. M. (2025). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Denpasar.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi ke-9). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Habib, M. D., & Sarwar, M. A. (2021). *After-sales services, brand equity and purchasing intention to buy second-hand product*. *Rajagiri Management Journal*, 15(2), 129–144.
- Haryanto, D. (2010). *Marketing Quotient Community*. Erlangga.
- Helmi, M. S. (2015). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen pada CV. Master Pasir Pengaraian Kabupaten Rokan Hulu [Skripsi]. Universitas Pasir Pengaraian.
- Mochtar, M. M. I., Mandey, S. L., & Pondaag, J. J. (2022). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan dan Minuman di Cinema XXI Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 10(2).
- Novianti, & Saputra, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Minat Beli, dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Minimarket Victoria Tiban. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 6(1).
- Putri, R. A., Lestari, A., & Wijaya, S. (2023). Pengaruh Ekuitas Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone iPhone. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*.
- Rafsanjani, R., Arifin, R., & Utama, S. P. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Smartphone Apple (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Islam Malang).

- Ramadhany, F., Setiawan, B., & Lestari, D. (2023). Analisis Pengaruh Sistem Operasi dan Integrasi Perangkat Terhadap Loyalitas Pengguna iPhone. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Rifky Stansyah, M., Tegar, M., Seiya, S. A., & Choirunnisa, R. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11.
- Romadhoni, S. N. I. L., & Siregar, M. (2025). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian iPhone. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(2), 7366–7372.
- Saling, & Zakaria. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Minat Beli Konsumen. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(1).
- Sampe, Y. D., & Tahalele, M. (2023). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Vivo pada Toko Bandung Jaya A.Y Patty Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 1–10.
- Septiani, F., & Andayani, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Kabupaten Bogor. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sitinjak, T. J. R., & Sugiarto. (2012). *LISREL*. Gramedia Pustaka Utama.
- Sofianti, E., & Sigarlaki, F. F. (2025). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Bandung. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tim Peneliti UMRI. (2024). Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone. Universitas Muhammadiyah Riau.

- Walker, O. C., Boyd, H. W., & Larreche, J. C. (2005). *Manajemen Pemasaran: Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Erlangga.
- Wardani. (2025). Pengaruh Inovasi Produk, Ekuitas Merek, dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian iPhone di Kalangan Gen Z. *Jurnal Bisnis Net: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(2).
- Yarham, M. F., Putra, A. S., & Anggraini, D. (2024). Apple sebagai Ikon Budaya Konsumsi Kontemporer: Studi Reputasi Merek dan Identitas Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Bisnis*.

