

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, N. M. S., bin Daim, M. I. I., Nickson, N. M., & binti Masnib, R. (2021). Factors that influence consumer purchase decision in choosing mobile phones among teenagers. *Malaysian Journal of Business and Economics (MJBE)*, 8(1), 109–124.
- 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, Universitas Negeri Makassar]. <https://eprints.unm.ac.id/15436/>
- Agustina, E. D. (2020). Pengaruh Life Style, Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Di Ngawi. *JURNAL EKOMAKS: Jurnal Ilmu Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 9(1), 18–21. <https://doi.org/10.33319/jeko.v9i1.49>
- Akbar, R., Jayadi, J., & Sari, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Ujung Pandang. *Journal of Business Administration (JBA)*, 3(1), 38. <https://doi.org/10.31963/jba.v3i1.4213>
- Andriani, A. D., & Kamaruddin, S. A. (2024). Pemasaran. Inovasi Dan Kreativitas Dalam Ekonomi, 7(1).
- Arifiyani, M. N., Insani, S. F., & Cahyaningrum, B. N. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Indonesia. *UMMagelang Conference Series*, 594–603.
- Aurelia, J., & Wriyakusuma, I. G. B. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis*, 7(4), 418–431.
- Bintang, R., Muhajirin, & Sugeng, W. (2024). Pengaruh Asosiasi Merek, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone Second Pada Mahatir Store Bima. *GANEC SWARA*, 18(3), 1339–1344.





- Boran, M. (2024, October 15). *Apple's iPhone Hits Sales Record, Despite Asia Troubles*. Newsweek.Com. <https://www.newsweek.com/apples-iphone-hits-sales-record-despite-asia-troubles-1969231>
- BPS Indonesia. (2024, June 24). *Jumlah Penduduk Pertengahan Tahun (Ribu Jiwa), 2022-2024*. Badan Pusat Statistik Indonesia. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTk3NSMy/jumlah-penduduk-pertengahan-tahun--ribu-jiwa-.html>
- Brand Finance Group. (2022). *Brand Finance Global Report 2022*. <https://static.brandirectory.com/reports/brand-finance-global-500-2022-preview.pdf>
- Citradin, Y. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif : Suatu Pendekatan Dasar*. Sanabil.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. (2014). *Business Research Methods (Twelve Edition)*. McGraw and Hill.
- Elizabeth, E., Utomo, S. B., Durya, N. P. M. A., Jodi, I. W. G. A. S., & Wiryawan, D. (2023). Analysis Of The Influence Of Price Perception, Value Perception And Quality Perception On Intention To Repurchase Samsung Electronic Products. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)*, 9(6), 2452–2458.
- Fadhilridho, E., & Widodo, T. (2020). Anteseden keputusan pembelian produk iphone pada brand apple (studi kasus pengguna iphone di kota bandung). *EProceedings of Management*, 7(1).
- Hatmawati, N. A., & Euis, S. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic Honda. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 10.
- Field, A. (2017). *Discovering Statistic Using IBM SPSS*. Sage Publications.
- George, D., & Mallery, P. (2019). *IBM SPSS Statistics 26 Step by Step*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429056765>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis (Eight Edition)*. Cengage Learning. www.cengage.com/highered

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Harahap, D. A., & Amanah, D. (2020). Determinants of consumer purchase decision in SMEs. *International Journal of Scientific & Technology Research*, 9(03), 3981–3989

Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56–64.

Hosaini, A., Hosaini, A., & Rasoli, M. S. (2020). Research Paper on Consumer Purchasing Decision Making Process and Factors Affecting Consumers" Purchasing Decisions. *International Journal of Science and Research*, 9(4). <https://doi.org/10.21275/SR20420213654>

IDC.Com. (2024, February 21). *IDC Reveals a 1.2% Decline in Indonesia's 2023 Smartphone Market*. <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prAP51894924>

Ika Wijayanti, R. (2024, November 6). *Menilik Pengguna iPhone Terbanyak di Indonesia*. <https://www.idxchannel.com/technology/menilik-pengguna-iphone-terbanyak-di-indonesia>

Thangiani, R. S., Chiang, I.-C. A., Cuttler, C., & Leighton, D. C. (2017). *Research Methodology in Psychology*.

Interbrand. (2014). *Best Global Brand 2013 Report*. <https://www.rankingthebrands.com/PDF/Best%20global%20Brands%202013,%20Interbrand.pdf>

Iskuntianti, N. D., Faisal, M. A., Naimah, J., & Sanjaya, V. F. (2020). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, And Product Quality on Purchasing Decisions. *Journal of Business Management Review*, 1(6), 436–448. <https://doi.org/10.47153/jbmr16.752020>

Kemp, S. (2024, February 21). *Global Digital Reports : Indonesia 2024*. Data Reportal 2024. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



- Kotler, P., & Amstron, G. (2018). *Principles of marketing Edition* (17th Edition). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2018). *Customer Relationship Management Concept, Strategy, and Tools T* (Third). <http://www.springer.com/series/10099>
- Kumbara, V. B. (2021). Determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: Analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630.
- Manorek, S. L. (2016). The influence of brand image, advertising, perceived price toward consumer purchase intention (Case study: Samsung Smartphone). *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(1).
- Mubarak, N., & Murtiasih, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Smartphone Iphone Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 3(2), 429–439.
- Mustofa, A. N. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian iPhone. *Jurnal Value*, 18(1), 136–147.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Octaviana, N., Mulyadi, & Pospos, A. F. F. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI, DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE (STUDI KASUS PADA GENERASI Z DI KOTA LANGSA). *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 15–34.
- Pandensolang, J. D., & Tawas, H. N. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverges Company di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).

Peter, P. J., & Olson, J. (2009). *Consumer Behaviour* (9th ed.). McGraw-Hill Education.

Pratama, M. J. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone di Wilayah Gubeng Surabaya. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(2), 417–421.

Pratiwi, R. A., Juliati, R., & Sa'diyah, C. (2022). The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 2(02), 129–137. <https://doi.org/10.22219/jamanika.v2i02.21963>

Rachmad, Y. E., Sudiarti, S., Fajariana, D. E., Kisworo, Y., Suryawan, R. F., Tanadi, H., Kusnadi, K., Susilawati, E., Yusran, R. R., & Juminawati, S. (2022). Manajemen pemasaran. Eureka Media Aksara.

Retnowulan, J. (2017). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE XIAOMI. *Cakrawal*, XVII(2).

Rifai, W. A. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Sikap Konsumen, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dengan Harga sebagai Variabel Intervening (Pertimbangan Mahasiswa yang Berkuliah di Yogyakarta dalam Membeli iPhone)*.

Santika, E. F. (2024, November 4). *iPhone Paling Banyak Dongkrak Penjualan Apple pada September 2024*. <https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/672862423987a/iphone-paling-banyak-dongkrak-penjualan-apple-pada-september-2024>

Sarwono, A. E., & Asih Handayani MSi, A. (2021). *Metode Kuantitatif*. Unisri Press.

Seckaran, U., & Boogie, R. (2016). *Research Methods for Business (Fifth)*. Wiley and Sons.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- Siahaan, M. (2024, October 11). *Smartphone market in Indonesia - Statistics and facts*. Statista. <https://www.statista.com/topics/5020/smartphones-in-indonesia/#topicOverview>
- Sinta. (2024, February 27). *Indonesia's smartphone market weakens in 2023, Apple and Samsung dominate at higher prices*. Heaptalk.Com. <https://heaptalk.com/technology/indonesia-smartphone-market-weakens-in-2023-apple-and-samsung-dominate-at-higher-prices/>
- Statista. (2024, October 11). *Smartphone penetration rate in Indonesia 2020-2029*. Statista Research Department. <https://www.statista.com/forecasts/321485/smartphone-user-penetration-in-indonesia>
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 10(1).
- Taber, K. S. (2018). The Use of Cronbach's Alpha When Developing and Reporting Research Instruments in Science Education. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. <https://doi.org/10.1007/s11165-016-9602-2>
- Tengor, G. (2016). Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian iPhone studi kasus pada mahasiswa STIE EBEN HAEZAR MANADO. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4).
- Veronica, C. M., & Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel iPhone. *Prosiding Simposium Nasional Manajemen Dan Bisnis*, 3, 919–927.
- 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.
- Zaenuddin, M. (2023, December 18). *10 Brand Paling Bernilai di Dunia Tahun 2023, Apple Turun ke Peringkat Dua*. Kompas.Com.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

<https://www.kompas.com/tren/read/2023/12/18/120000465/10-brand-paling-bernilai-di-dunia-tahun-2023-apple-turun-ke-peringkat-dua>

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

