

DAFTAR PUSTAKA

- Afreliya Sagitry, Vicky Brama Kumbara, A. E. K. (2025). Pengaruh *Brand Image* dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Motor NMAX Dealer Yamaha Ud. Cahaya Baru Kota Payakumbuh dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Indonesian Research Journal on Education : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 5(2), 152–164.
- Ahyar, H., Maret, U. S., Andriani, H., Sukmana, D. J., Mada, U. G., Hardani, S.Pd., M. Si., Nur Hikmatul Auliya, Grad. Cert. B., Helmina Andriani, M. Si., Fardani, R. A., Ustiawaty, J., Utami, E. F., Sukmana, D. J., & Istiqomah, R. R. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* (Issue March).
- Akbar, S. S., Violinda, Q., Setiawati, I., & Rizwan, M. (2021). The Influence of Product Quality, Product Design, *Brand Image* on Realme Smartphone Purchase Decisions. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 3(2), 121–132. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2021.3.2.9331>
- Arum Prabowo, G., Rahmat, B., & Endah Wahanani, H. (2023). Aspect-Based Sentiment Analysis Iphone 14 Pro Menggunakan Algoritma Xgboost. *JATI:Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, 7(6).
- Center, K. I. (2024). *Pengguna smartphone diperkirakan mencapai 89% populasi pada 2025*. Databoks.
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: Studi Pada Mahasiswa Angkatan 2019 Feb UPN “Veteran” Jawa Timur. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2).
- Fitri Alamsyah, W. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Skincare Ms Glow. *Jurnal Ekonomi Bisnis Digital*, 2(1). <https://doi.org/10.59663/jebidi.v2i1.163>
- Giri, O. P. (2024). Choosing Sampling Techniques and Calculating Sample Size. *Indonesian Journal of Teaching in Science*, 4(2), 165–176.
- Handayani, R., & Setiawan, S. W. (2024). Pengaruh Citra Merk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus Pengguna Aplikasi Instagram Di Kota Cimahi). *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 4(1). <https://doi.org/10.60036/jbm.v4i1.art1>
- Hardani, dkk. (2023). Buku Metode Penelitian Kualitatif. In *Revista Brasileira de Linguística Aplicada* (Vol. 5, Issue 1).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing 17th Global Edition. In *Pearson Education Limited*.
- Laksana, A., Farhan, E., Hidayatullah, M. F., Zulfia, H., & Umairah, S. D. (2024). Strategi Komunikasi dalam Citra Merek Kepercayaan Konsumen pada Keunggulan Produk MS Glow. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 2, 170–181. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v2i4.4283>
- Lestari, D. P., & Widjanarko, W. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan E-Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Jiniso.Id Di Marketplace Shopee. *Jurnal Economina*, 2(3), 753–765. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.398>
- Nainggolan, B., & Suwadi, S. (2024). The Influence Of Product Quality, *Brand Image*

- And Product Design On The Decision to Purchase An Iphone (Case Study of Fdstore Customers in Tebing Tinggi City). *Jaruda*.
- Niken Vera Kusumawati, Saskia Anggun Choirunnisa, & Rayhan Gunaningrat. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Masyarakat Kota Surakarta. *Lokawati : Jurnal Penelitian Manajemen Dan Inovasi Riset*, 2(2). <https://doi.org/10.61132/lokawati.v2i2.653>
- Nur'aeni, N., & Supartono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Dimensi*, 11, 73–86. <https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Nuraini, D., & Hendratmoko, C. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kabupaten Sukoharjo. *Equilibrium : Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 11(1). <https://doi.org/10.35906/equili.v11i1.978>
- Nurmalita Sari, Sudarmiati, & Titis Shinta Dhewi. (2022). The Influence of Product Quality, *Brand Image* on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone Users in Malang City). *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 2(1), 129–137. <https://doi.org/10.55227/ijhess.v2i1.219>
- Prajnaparamita, C. X. (2022). Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Idola Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Komunitas ARMY Surabaya) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Prajnaparamita, C. X., & Khuzaini. (2023). Pengaruh Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Idola Melalui Minat Beli (Studi Kasus Pada Komunitas ARMY Surabaya). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 12(5), 1–18.
- Rustam, T. A., & Hikmah, H. (2022). Citra merek, kualitas produk dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian pada produk private label (studi kasus pelanggan Alfamart Villa Muka Kuning Batam). *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 17(2), 331–340. <https://doi.org/10.22437/jpe.v17i2.16110>
- Safitri, E. A., & Albari. (2024). The Influence of Brand Awareness, *Brand Image* Recognition on Brand Loyalty with the Intervening Mediation of Brand Trust and Brand Love on Samsung Smartphone Products in Indonesia. *Indonesian Journal of Economics, Business, Accounting, and Management*, 02(04), 11–30.
- Saputra, R. (2021). *Philip Kotler dan Gary Amstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran, Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. 26–36.
- Sari, I. P., & Atmaja, F. T. (2024). Impact of social comparison and peer pressure on iphone consumer happiness and innovativeness. *Manajemen Dan Bisnis*, 23(1), 42–55. <https://doi.org/10.24123/mabis.v23i1.768>
- Sherry, S., & Heryenzus, H. (2022). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sunlight di Kecamatan Kateman. *ECo-Buss*, 5(2). <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.477>
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *CV. Alfabeta*.
- Syafulloh, D., Widagdo, S., & Amin, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand

- Brand Image* Sebagai Variabel Intervening. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis Dan Informatika*, 2(2). <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v2i2.548>
- Syahroni, A., Krisnahadi, T., & Ilhamalimy, R. R. (2024). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Ganec Swara*, 18. <https://www.topbrand-award.com>
- Tanzeh, A., & Arikunto, S. (2020). Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 43, 22–34.
- Zesvin, Z., & Nainggolan, N. P. (2023). Pengaruh *Brand Image*, Brand Trust dan Product Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk EcoKing di Kota Batam. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1). <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.908>