

DAFTAR PUSTAKA

- Adriano, K. E., & Cahyaningratri. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas terhadap Citra Merek Serta Dampaknya terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Produk Sepatu Bata). *Diponegoro Journal of Management*, 11(3), 1–10.
- Aini, N., Naimatu, A., Rahmah, I., & Utami, A. T. (2023). Pengaruh Self Esteem dan Kepercayaan terhadap Minat Beli iPhone Bekas di Aplikasi OLX pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang. *Jurnal Ilmiah Dan Karya Mahasiswa*, 1(2), 151–157.
- Ajzen, I., & Fishbein, M. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1–14.
- Anggraini, A., Hawik Indiworo, R., & Violinda, Q. (2022). Pengaruh Citra Merek, Inovasi Produk dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung (Studi Kasus Pada Mahasiswa Upgris). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 244–249.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Smartphone Vivo Pada Masyarakat Desa Jaharun B Dusun 1 Kecamatan Galang Kabupaten Deli Serdang. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25–31.
- Batjo, F. R., Massie, J., & Saerang, R. T. (2022). The Effect of E-WOM, Perceived Quality, on Purchase Intention At Shopee Online Store in Manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 592-

599.

Cen, cia cai. (2022). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk, dan Merek terhadap Minat Beli Pakaian di Toko Kimberly. *Jurnal Ekonomika*, 9(2), 356–360.

Cheung, C. M. ., & Lee, M. K. . (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer opinion platform. *Decision Support System*, 53(1), 218–225.

Dewi, T. P., & Rafida, V. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Desain Produk, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Motor Matic Honda Scoopy Prestige Pada Mahasiswa FEB UNESA. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 11(2), 115–124.

Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2004). *Strategi Menaklukan Pasar. Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Gramedia Pustaka Utama.

Gani, H. L. H. A., Basit, A. A., & Saepuloh, A. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Inovasi Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kota Garut). *Journal Of Entrepreneurship and Strategic Management*, 2(1), 39–50.

Geraldine, Y. M., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Media Sosial dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Brand Wardah. *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(1), 1–12.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 (Edisi 9)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Goyette, I., Ricard, L., Bergeron, J., & Marticotte, F. (2010). E-WOM Scale : Word-of-Mouth Measurement Scale for e-Services Context. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 27(1), 5–23.

Gunawan, N. F. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Pada Two Good Bakery. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(12), 1617–

1634.

- Haq, N. U. (2021). Penggunaan Smartphone Terhadap Perubahan Pola Sosialisasi Pada Anak Usia Dini. *Dinamika Sosial Budaya*, 23(2), 304–310.
- Husnawati. (2017). Pengaruh Brand Awareness dan Persepsi Kualitas terhadap Buying Decision Sepeda Motor Honda. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Makasar: Universitas Islam Negri Alauddin Makassar.
- IDC Worldwide. (2024). *Smartphone Market Insights*. IDC Worldwide Quartely Mobile Phone Tracker. <https://www.idc.com/promo/smartphone-market-share%0A%0A%0A>
- Irvanto, O., & Sujana, S. (2020). Pengaruh Desain Produk, Pengetahuan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Eiger. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(2), 105–126.
- Kangsadewa, A. A., & Pratama, A. P. (2023). Pengaruh Lifestyle dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian iPhone Pada Mahasiswa di Universitas AMIKOM Purwokerto. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 10(1), 79–85.
- Kotler, P. (2009). *Marketing Manajemen, Edisi Ketiga Belas*. Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2. Edisi 8*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, 15th Edition*.
- Laraswati, C., & Harti, H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas, Citra Merek dan Etnosentrisme Konsumen terhadap Minat Pembelian Produk Somethinc. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 12(2), 185–196.
- Mahsyar, J. H. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Minat Beli Yamaha Vixion. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1), 599–607.

- Mantala, I. P. F., & Suasana, G. A. K. G (2019). Peran Sikap Dalam Memediasi Pengaruh Gaya Hidup terhadap Minat Beli Smartphone iPhone Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1487–1514.
- Manten, N. M. E. K. S., Sulhaini, & Rinuastuti, B. H. (2021). Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Perceived Quality terhadap Minat Beli Smartphone Oppo. *Unram Management Review*, 1(1), 22–34.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2012). *Perilaku Konsumen dialih bahasakan oleh Dwi Kartika Yahya*. Erlangga.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150-161.
- Nugraheni, P. N. (2003). Perbedaan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis Pada Remaja Ditinjau dari Lokasi Tempat Tinggal. *Skripsi Tidak Diterbitkan*, Surakarta: Fakultas Psikologi UMS.
- Pangestu, Faturhman, & Pradiani, T. (2023). Pengaruh Iklan Instagram, Gaya Hidup dan Brand Awareness terhadap Minat beli Produk Selkom-C Philips. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 130–144.
- Permatasari, O., Nuraeni, E., & Noveliasari, S. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Kepercayaan Pelanggan dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Minat Beli Smartphone Merek iPhone (Studi Kasus di QM Store Mojokerto). *Emas*, 5(2), 115–127.
- Pramesti, C. W., & Setyawan, A. A. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan E-WOM terhadap Minat Beli Produk Ramah Lingkungan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 17(1), 714–724.
- Prasetyo, F. I., Budiyanto, M. A., & Reformasi, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk

- Online di Marketplace Tokopedia (Study Kasus Konsumen Tokopedia Jabodetabek). *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 58–67.
- Putri, D. W., & Utama, L. (2021). Pengaruh Persepsi Kualitas, Pengaruh Sosial, dan Kebutuhan Akan Keunikan terhadap Minat Pembelian Konsumen Luxury Brand Pada Generasi Y. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(1), 176-185.
- Rachmawati, S. D., & Andjarwati, A. L. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pengguna JNE Express di Surabaya Selatan). *E-Journal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, VII(1), 25–29.
- Rahma, Y. P., & Setiawan, M. B. (2022). Pengaruh Brand Ambassador, Electronic Word of Mouth (E-WOM) dan Citra Merek terhadap Minat Beli Produk Sunscreen Azarine. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(4), 744–752.
- Rodiques, Y., & Rahanatha, G. B. (2018). Peran Brand Trust Memediasi Hubungan Brand Image Dengan Brand Loyalty (Studi Pada Konsumen iPhone di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(3), 1310-1338.
- Salsabila, A. Y., & Nugroho, R. H. (2022). Pengaruh Daya Tarik Iklan, Kemasan Produk, dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Tolak Angin Pada Masyarakat Desa Kesamben Kabupaten Tuban. *Jurnal Ekonomi Keuangan Dan Bisnis Syariah*, 4(6), 1942–1957.
- Santosa, S., & Luthfiyyah, P. P. (2020). Pengaruh Komunikasi Pemasaran terhadap Loyalitas Pelanggan di Gamefield Hongkong Limited. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–7.
- Saputra, I. K. L., & Wardana, I. M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Image dan E-WOM terhadap Minat Beli Konsumen. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 12(01), 43-51.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi Ketujuh*. Indeks.

- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen : Perspektif kontemporer pada motif , tujuan dan keinginan konsumen.*
- Simanjuntak, D., & Nuvriasari, A. (2024). Pengaruh Produk Knowledge, E-WOM dan Kesadaran Merek terhadap Minat Beli Produk Fashion di Marketplace Shopee. *Jurnal Ekonomika*, 15(1), 40–55.
- Statista. (2024). *Smartphone penetration rate in Indonesia from 2020 to 2024 with forecasts until 2029.* Statista Research Department. <https://www.statista.com/forecasts/321485/smartphone-user-penetration-in-indonesia>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D.*
- Suprpto, R. E. H., & Setyawardani, R. D. (2022). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas dan Sosial Media Influencer terhadap Minat Beli Produk Skin Care Scarlett Whitening (Studi Kasus Pada Wanita di Kota Surabaya). *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 684–698.
- Syahputri, A. Z., Fallenia, F. Della, & Syafitri, R. (2023). Kerangka Berfikir Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Wahyuni, R., & Trianita, M. (2022). Pengaruh Kesadaran Merek, Loyalitas Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone iPhone di Kota Padang. 4–6.
- Wulandari, A., Priyoni, A. A., & Saraswati, E. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Social Media Influencers terhadap Minat Beli Produk Skincare MS Glow (Studi Kasus Wanita Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(02), 466–476.
- Wullur, M. P., & Djawoto. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Converse

- (Studi Kasus Mahasiswa STIESIA). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 1-20.
- Yonathan, A. Z. (2024). Ini Dia 10 Smartphone Terlaris di Dunia 2023. *GoodStats*.
<https://data.goodstats.id/statistic/agneszeffanyayonatan/ini-dia-10-smartphone-terlaris-di-dunia-2023-JsvUo>
- Yosefine, C., & Budiono, H. (2023). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Minat Beli Produk Innisfree pada Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 5(2), 277–286.
- Yurinonica, A. A., Khodijah, D. A., & Nima, R. V. R. (2023). Etika dan Budaya Konsumtif Akibat Pembaruan Teknologi Smartphone. *Nusantara: Jurnal Pendidikan, Seni, Sains Dan Sosial Humanioral*, 1(2), 1–25.