

DAFTAR PUSTAKA

- A.B. Susanto, & Wijanarko, H. (2004). *Power Branding, Membangun Merek Unggul Dan Organisasi Pendukungnya*. Bandung.
- Aaker, David. (2014). *Aaker On Branding. 20 Prinsip Esensial Mengelola dan Mengembangkan Brand*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Adiwiidjaja, A. J., & Tarigan, Z. J. H. (2017). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora - Online Graduate Humanities Journal*, 5(3), 1–9. <http://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/view/6063>.
- Alshurideh, M., Al Kurdi, B., Alzoubi, H., Salloum, S. A., & Hammoudi, C. H. (2023). *The effect of brand image on customer loyalty: Evidence from service industries*. *International Journal of Data and Network Science*, 7(3), 1395–1404. <https://doi.org/10.5267/j.ijdns.2023.6.015>
- Amalia, N., Moita, S., & Tawulo, M. A. (2018). Dampak Penggunaan Teknologi Handphone Terhadap Pola Interaksi Suami dan Isteri. *New Societal*, 3(2), 400–407.
- Amelia, P. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area* (Doctoral dissertation, Universitas Medan Area).
- Ardita, D. P., Octavia, Y. F., & Wardani, R. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Produk Apple Iphone. *Kredibel: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(3), 122-131.
- Azwar, S. (2012). *Metode Penelitian psikologi Edisi 2*. Pustaka Pelajar.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi*. Pustaka Pelajar.
- Bagaskara, B. P., & Kana, A. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Konsumen iPhone pada Mahasiswa YKPN Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(1).
- Bisnis Aplikasi. (2025). Statistik Apple. Diakses pada 11 Februari 2025, dari <https://www.businessofapps.com/data/apple-statistics/>
- Bithour Production. (2023, November 19). *6 marketing brand Xiaomi yang bikin mereka sukses bersaing di industri teknologi*. Bithour Production. <https://bithourproduction.com/blog/strategi-marketing-brand-xiaomi/>

- Chinomona, R. (2016). *Brand communication, brand image and brand trust as antecedents of brand loyalty in Gauteng Province of South Africa*. *African Journal of Economic and Management Studies*, 7(1), 124–139. <https://doi.org/10.1108/AJEMS-03-2013-0031>
- Chrisandi, N. P. (2014). Hubungan Citra Merek dan Kualitas Pelanggan dengan Loyalitas Pelanggan Produk Apple. *CALYPTRA*, 3(1), 1-11.
- Damayanti, F., & Rostiana, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Apple Dalam Meningkatkan Pemasaran Global. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 3(1), 138-142.
- Farida, I. (2025, Maret 19). *Xiaomi catat rekor pendapatan baru di 2024: Smartphone hingga EV jadi pendorong utama*. *Telset.id*. <https://telset.id/news/xiaomi-catat-rekor-pendapatan-baru-di-2024-smartphone-hingga-ev-jadi-pendorong-utama/>
- Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Firmawati, Y. (2019). Analisa Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Produk Apple Iphone (Studi Kasus Pada Gerai iBox Summarecon Mall Serpong Tangerang). *Jubisma*, 136 *Jurnal HUMANIORA* Vol 5 No 3 November 2021 1(1).
- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965-980.
- Harian Trust. (2024, April 14). Perdebatan Android vs iOS: Pengguna yang beralih ke iPhone. *Harian Trust*. <https://www.hariantrust.com/nasional/2385/perdebatan-android-vs-ios-pengguna-yang-beralih-ke-iphone/>
- Haryono, A., & Elistia, E. (2020). Analisis Pengaruh citra Merek (Brand Image) Terhadap Loyalitas Konsumen Apple Iphone. *JCA of Economics and Business*, 1(02).
- Haryani, J. (2025, Januari 13). *Apakah iPhone jadi lambang status sosial di kalangan Gen Z*. *Kompasiana*. <https://www.kompasiana.com/jubaedah15042/6784aff34777c5b25190102/apakah-iphone-jadi-lambang-status-sosial-di-kalangan-gen-z>
- Hasan, A. (2014). *Marketing Dan Kasus – Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.

- Hurlock, E.B. (1980). Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Alih bahasa: Istiwidayati & Soedjarwo. Edisi Kelima,. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran jilid 1. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Gary Armstrong. (2012). *Principles of marketing* (14 th edition). New Jersey: Pearson Education.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. *ALEXANDRIA (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11-18.
- Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. Routledge.
- Putra, A. S. (2018). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Pada Konsumen Smartphone Lenovo Di Diy). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 7(3), 252-260.
- Rahman, M. M., Al Mamun, A., & others. (2024). Sustainable brand reputation: Evaluation of iPhone customer reviews. *Sustainability*, 16(14), 6121. <https://doi.org/10.3390/su16146121>
- Santana, A., & Keni, K. (2020). Pengaruh Brand Image Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada PT. Brand X di Jakarta. *Jurnal Manajemen bisnis dan kewirausahaan*, 4(4), 150-155.
- Saputri, M. E., & Pranata, T. R. (2014). Pengaruh brand image terhadap kesetiaan pengguna smartphone iphone. *Jurnal sosioteknologi*, 13(3), 193-201.
- Schiffman & Kanuk. (2007). Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta : PT.Gramedia.
- Situmeang, I. V. O. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty (Survey Pada Followers Instagram@iphone_indonesia_officciall). *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 5(3), 128-137.

Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Alfabeta.

Tampubolon, W. S. (2016). Upaya perlindungan hukum bagi konsumen ditinjau dari Undang-Undang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Ilmiah Advokasi*, 4(1), 1–12.
<https://jurnal.ulb.ac.id/index.php/advokasi/article/viewFile/356/342>

Tempo. (2025, Februari 16). Apple catat rekor 2,35 miliar pengguna aktif, penjualan iPhone justru turun. Tempo.co.
<https://www.tempo.co/digital/apple-catat-rekor-2-35-miliar-pengguna-aktif-penjualan-iphone-justru-turun-1202498>

Tjiptono, F. Diana, A. (2000). Prinsip dan dinamika pemasaran. Yogyakarta : J&J Learning.

Tridens Technology. (2024). Samsung sales statistics: Revenue, units sold, market share & users. Tridens. <https://tridentstechnology.com/samsung-sales-statistics/>

Wijayanto, I., & Iriani, S. S. (2013). Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(3), 910-918.

Yuniarti, Vinna Sri. 2015. Perilaku Konsumen: Teori dan Praktik. Bandung: CV Pustaka Setia.