

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (2017). Pengembangan Instrumen Penelitian dan Penilaian Program. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Asari, A. (2020). Pengaruh desain produk dan *Brand Image* terhadap keputusan pembelian handphone xiaomi (Studi pada Mahasiswa STIE PGRI Dewantara Jombang) (Doctoral dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Ayesha Rizky Nofriyanti. (2016). Analisis Pengaruh *Brand Trust*, *Brand Image*, Dan Perceived Quality Terhadap Brand Equity Dimediasi Brand Loyalty (Studi Pengguna Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya). *Tesis*. Malang : Pascasarjana Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Brawijaya.
- Bankmycell.com. (2019). Apple's Decline in Sales During Q1-Q2 2019 Visible as 15.2% Less Trade-In savvy *Ip hones* Owners Are Sticking with Apple, compared with CIRP's 2018 Activation Survey. Diakses pada 9 November 2023, dari: https://www.bankmycell.com/blog/_/Iphone-trade-in-loyaltystudy/
- Bhinneka.com. (2024). 5 Merek Handphone Terbaik & Terlaris di 2024 (Versi IDC & Canalys). Diakses pada 12 Februari 2024 pada laman <https://www.bhinneka.com/blog/merek-handphone-terbaik/>
- Computerworld.com. (2021). The evolution of Apple's *Iphone*, 2021. Diakses pada 11 November 2023, dari: <https://www.computerworld.com/article/2604020/the-evolution-of-apples-Iphone.html>
- Dita Zulia Pramesti¹, I Nyoman Sujana. (2023). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Awareness* Dan *Brand Trust* Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Apple. *Jurnal Ekuitas*. Volume 11, Number 1, pp. 65-71.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitinjak, Tony, (2017), Strategi Menaklukan Pasar : Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Farobbi, Amru, Hartono, M. Syamsul Hidayat. (2022). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust* dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. Prosiding Seminar Nasional Akuntansi, Bisnis dan Manajemen (SNABM) 2022. Volume 1. Mojokerto: Fakultas Ekonomi.
- Feriyanto, Andri dan Endang Shyta Triana. (2015). Pengantar Manajemen (3 IN 1) Untuk Mahasiswa dan Umum. Kebumen: MEDIATERA.

- Ferrinadewi, Erna. (2008). *Merek dan Psikologi Konsumen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gima Sugiama dan Emmanuel Febiano. 2017. Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan *Brand Awareness* Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha*. Volume 17, Nomor 1. Pp 1-14.
- Gloria Tengor, Lotje Kawet dan Sjendry Loindong. (2016) “Pengaruh Merek, Desain dan Kualitas Produk terhadap keputusan Pembelian *Iphone* Studi Kasus pada Mahasiswa STIE Eben Haezar Manado” *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol. XVI No. IV.
- Hartono. (2004). *Statistik untuk Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hruska, A. J., (2019). Fall armyworm (*Spodoptera frugiperda*) management by smallholders. *CAB Reviews*, 14(043): 1-11.
- Hs, A., & Mahruz, M. (2021). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dettol Hand Sanitizer (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang).
- Ida Wahyuningtyas. (2016). “Pengaruh Brand Love dan Brand Personality serta *Brand Image* terhadap Word of Mouth fashion Sophie Paris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember”. Artikel Ilmiah Mahasiswa, Universitas Jember.
- Iknesya Rahma Finanda dan Arjuna Wiwaha. (2017). “Pengaruh Word of Mouth dan *Brand Image* terhadap Keputusan Penggunaan Salon kecantikan pada Konsumen Millof Beauty bar”. *Jurnal Ilmiah Widya Ekonomika*, Jakarta: STIE Jakarta International College, Vol. I No. II.
- Indrasari, Meithiana. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane.(2012). *Manajemen Pemasaran* (1st ed., Vol. 12). Erlangga: Jakarta
- Kotler, Philip. 2012. *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, Bahasa Indonesia Jilid 1

dan. 3 Cetakan. Jakarta: Rajawali.

- Kustini dan Ika, Nuruni. (2011). *Experiential Marketing, Emotional Branding and Brand Trust and their Effect on Loyalty*. Journal of Economic, Business and Accountancy Ventura, Vol.14, No.1.
- Lau, G.T., dan Lee, S.H. (2007). *Consumers Trust in a Brand and The Link to Brand Loyalty*. Journal of Market Focused Management.
- Lutfia Wityanisa, Heru Irianto, Raden Kunto Adi. (2022). *Analisis Pengaruh Brand Awareness, Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Susu Cair UHT Indomilk di Swalayan Kota Surakarta*. Jurnal Agrista. Vol. 10 No. 1 Maret 2022: 1-11.
- Mandagi, V. A., Kalangi, J. A., & Mukuan, D. D. (2018). *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Android di Gerai IT Center Manado*. JURNAL ADMINISTRASI BISNIS (JAB), 6(004).
- Naufal, Muhammad Hisyam Dan Ida Maftukhah. (2017). "Pengaruh *Brand Image* dan *Brand Love* terhadap *Purchase Decision* melalui *Word of Mouth* ", Management Analisis Journal, Universitas Negeri Semarang, Vol. VI No. IV.
- Purwandari, Suci. dkk. (2022). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran: Konsep dan Strategi Pada Era Digital*. Bandung: Penerbit Media Sains Indonesia.
- Ratna Sari. (2018). "Analisis Pengaruh *Brand Awareness, Brand Image* dan *perceived quality* pada *purchase intention* melalui *Brand Trust* pada Pengguna Smartphone Nokia di Kota Samarinda", Skripsi, Samarinda: Politeknik Negeri Samarinda.
- Romadhoni, Muhammad. (2015). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Sepatu Nike Pada Mahasiswa FIK UNY*. Skripsi. Fakultas Ilmu Keolahragaan, Universitas Negeri Yogyakarta.
- Saputri, M. E., & Pranata, T. R. (2014). *Pengaruh Brand Image terhadap kesetiaan pengguna smartphone Iphone*. Jurnal Sioteknologi, 13, 3.\
- Schiffman., dan Kanuk. (2011). *Persepsi Kualitas, Consumer Behavior*. New Jersey: Perason Prestice Hall.
- Siska Lusya Putri dan Mutiara Putri Deniza. (2018). "Pengaruh *Brand Awareness* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian produk chicken nugget fiesta di kota Padang" , Jurnal Agrica, Padang: Universitas Dharma Andalas (UNIDHA) Padang.
- Sitorus, Sunday Ade, dkk. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding*.

Bandung: CV. Media Sains Indonesia.

Statista.com. (2019). Share of *Iphone* Users Planning to Stick with Apple for Their Next Smartphone Purchase. Diakses pada 9 November 2023, dari: [https://www .statista.com/chart/18756/share-of-iphone-users-planning-to-stick-with-apple-for-their-next-smartphone-purchase/](https://www.statista.com/chart/18756/share-of-iphone-users-planning-to-stick-with-apple-for-their-next-smartphone-purchase/).

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif. Ed. Revisi, Bandung: Alfabeta.

Suryani, S., & Rosalina, S. S. (2019). Pengaruh *Brand Image*, *Brand Trust*, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Moderating Pada Startup Business Unicorn Indonesia. *Journal of Business Studies*, 4(1), 41-53.

Syahriah Sari, Syamsuddin, Syahrul. (2021). Analisis *Brand Awareness* Dan Pengaruhnya Terhadap Buying Decision Mobil Toyota Calya Di Makassar. *Journal of Business Administration (JBA)*, Vol.1, No.1.

Tanady, E. S., & Fuad, M. (2020). Analisis pengaruh citra merek dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian Tokopedia di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 9(2).

Vicky Brama Kumbara. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *JIMT (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)* : Volume 2, Issue 5

Winda sari. (2012). "Penerapan Fungsi Manajemen Dalam Pengelolaan Pepustakaan" *Jurnal Ilmu Informasi Kepustakaan dan Kearsipan*", Volume 1 Nomor 1.