

## DAFTAR PUSTAKA

- Azzah, B. B., & Novrianti, D. P. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Apple Melalui Ekuitas Merek sebagai Variabel Intervening di Kota Pekanbaru. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(5), 551-560. <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/view/6646> <http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jpdk/article/download/6646/5018>
- Bambang Somantri, Ridha Afrianka, & Fahrurrazi Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 1-10. <https://doi.org/10.52851/cakrawalav3i1.35>
- Febrianty, E., Pudjoprastyono, H., & Ariescy, R. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(2), 2870–2881. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i2.4227>
- Indrasari, Methiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya 60283 Jawa Timur, Indonesia
- Jannah, B. P. dan L. Miftahul. (2016). Metodologi Penelitian Kuantitatif. In *PT Rajagrafindo Persada* (Vol. 3, Issue 2).
- 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. <https://doi.org/10.21107/jsmb.v10i1.19977>
- Lotte, L. N. A. et al. (2023). Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran. Global Eksekutif Teknologi.
- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (n.d.). (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Pradina Pustaka*
- Ningsih, E. R. (2021). Perilaku Konsumen Pengembangan Konsep dan Praktek Dalam Pemasaran. *Idea Press* Yogyakarta.
- Pandiangan, K., & Atmogo, Y. D. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BRAND EQUITY: BRAND TRUST, BRAND IMAGE, PERCEIVED QUALITY, & BRAND*. 2(4), 471–484.

- Priadana, H. M. S. (2021). *Meode Penelitian Kuantitatif*. Tangerang Selatan. Pascal Books.
- Riadi, Muchlisin. (2018). *Pengertian, Jenis, Indikator dan Faktor Yang Mempengaruhi Gaya Hidup*.
- Rahmadika-, N. A. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JEANS LEVI ' S ( Studi Pada Mahasiswa aktif DIV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang Tahun Akademik 2017 / 2018 )*.
- Rosyadi, G. (2022). *Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek dan Perilaku Konsumtif terhadap Keputusan Pembelian Eiger di Kudus*. IAIN KUDUS.
- Sahir, S, H. (2022). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sari, P. I. (2020). *Pengaruh Iklan, Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D*, Bandung: PT. Alfabeta.
- Tati, P. W., Suharyono, & Yulianto, E. (2015). *Pengaruh Country Of Origin dan Global Brand Image Terhadap Minat Beli dan Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen yang Membeli Smartphone Samsung Galaxy di Asia Tenggara)*. *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya*, 25(1), 86117.
- Vanessa, C., Hardilawati, W. L., & Ramadhan, R. R. (2023). *Pengaruh Country of Origin & Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Es Teh Indonesia*. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Merdeka EMBA*, 2(1), 33–40.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna*. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/39411/36142>