

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, R., Baheri, J., & Ramadhan, M. I. (2018). Pengaruh Kepuasan dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah pada Bank Negara Indonesia ( BNI ) Cabang Kendari. *Journal of Economic and Business*, 1(79), 10–20.
- Augusty, F. (2014). *Metode Penelitian Manajemen* (Edisi 5). Badan Penelitian Universitas Diponegoro. Semarang
- Aulina, N., & Suhara, T. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa/I Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ppi Citra Raya Tangerang. *Jurnal Penelitian, Pengembangan Ilmu Manajemen Dan Akuntansi STIE*, 24(November 2021), 2897–2921.
- Baisyir, F. (2021). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Kepercayaan Merek Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Hand Body Lotion the Influence of Brand Awareness on Brand Trust and Its Impact on Customer Loyalty of Hand Body Lotion. *Jurnal Apresiasi Ekonomi*, 9(2), 191–201.
- Dessyaningrum, C., Samsir, & Yulia, E. (2020). Pengaruh kualitas mobile, harga, dan kualitas produk dengan kepercayaan pelanggan sebagai variabel moderasi terhadap keputusan pembelian online situs shopee. *Tepak Manajemen Bisnis*, XII(3). 439-459.
- Fachriah, A. (2018). Pengaruh Kesadaran Merek, Citra Merek dan kepercayaan pada Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung. *Jurnal Ilmu Manajemen Indonesia*, 1(1), 14–24.
- Firmansyah, M. A. (2019). Buku Pemasaran Produk Dan Merek. In *Buku Pemasaran Produk dan Merek* (Edisi Pert, Issue August). Cv. Penerbit Qiara Media. Surabaya.
- Ghozali, I. (2017). *Model Persamaan Struktural : Konsep dan Aplikasi dengan Program AMOS 24 Update Bayesian SEM* (Edisi 7). Badan Penelitian Universitas Diponegoro. Semarang
- Giantari, G. A. K. (2021). *Niat Beli Via Online: Berbasis Pengalaman, Kepercayaan dan Persepsi Kontrol Perilaku*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Haryono, S., & Parwoto, W. (2013). *Structural Equation Modeling untuk penelitian manajemen menggunakan AMOS 18.00*. PT. IPU. Bekasi.
- Hisan, K., & Rizkia, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs Lazada (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Langsa). *Journal Ekombis Review*, 9(2), 255–262.

- Intiaz, A. (2021). Impact of Brand Image Customer ' s smartphone buying decision. *Turkish Online Journal of Qualitative Inquiry (TOJQI)*, 12(4), 1757–1766.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan (Pertama)*. Unitomo Press. Surabaya
- Irfan, S., Halik, A., & Panjaitan, F. A. B. K. (2022). Analysis of the Influence of Product Quality and Price Perceptions on the Purchase Decision of Orthopedic Implant Products (Kangli) Through Consumer Trust as Intervening Variables in Pt. Java Almeda Mandiri in Surabaya. *International Journal of Scientific Engineering and Science*, 6(1), 27–34.
- Irwansyah, R., Listya, K., Setiorini, A., Hanika, I. M., Hasan, M., Utomo, K. P., Bairizki, A., Lestari, A. S., Rahayu, D. W. S., Butarbutar, M., Nopus, H., Hasbi, I., Elvera, & Triwardhani, D. (2021). Perilaku Konsumen. In *Widina (Pertama)*. Widina Bhakti Perseda. Bandung.
- Jusuf, D. I. (2018). *Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online* (A. Pramesta (ed.); 1st ed.). Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Kaila, M. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Garansi Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Merek Oppo. *Hirarki : Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 6–16.
- Karisna, & Fatmasari, D. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap kepercayaan Pengguna Produk smartphone Merek Evercross di Kota Semarang. *Majalah Inspiratif*, 7(13), 138–164.
- Khoirudin, I. R., & Giyartiningrum, E. (2021). Pengaruh Kepercayaan Merek, Kesadaran Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Diy. *Journal Competency of Business*, 5(1), 1–9.
- Kim, R. B., & Chao, Y. (2019). Effects of brand experience, brand image and brand trust on brand building process: The case of chinese millennial generation consumers. *Journal of International Studies*, 12(3), 9–21.
- Larika, W., & Ekowati, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hanphone Oppo. *Jurnal Manajemen Insani Dan Bisnis*, 1(1), 126–138.
- Lingga, G. S., Fadhilahi, M., & Cahya, A. D. (2023). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, dan Perceived Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone dari Apple di Kota Madya Yogyakarta. *Journal of Islamic Education Management*, 3, 120–131.

- Mahliza, F. (2020). Consumer Trust In Online Purchase Decision. *EPRA International Journal of Multidisciplinary Research (IJMR)*, 6(2), 142–149.
- Maramis, I. S. M., Mananeke, L., & Loindong, S. S. R. (2022). Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Mediasi Oleh Kepercayaan Pelanggan Apotek Mercke'Lkolongan. *Jurnal EMBA*, 10(1), 39–48.
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). International Journal Of Research Culture Society The Impact of Brand Image, Product Quality and Price on Purchase Intention of Smartphone. *International Journal of Research Culture Society*, 3(1), 99–103.
- Musfar, T. F. (2021). *Manajemen Produk dan Merek*. CV. Media Sains Indonesia. Bandung.
- Nadiya, F. H., & Wahyuningsih, S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(2), 1–20.
- Nasution, S. L., Limbong, C. H., & Nasution, D. A. R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee. *Journal Ecobisma*, 7(1), 23–53.
- Nguyen, N.-L., Tran, T.-T., & Vo, M.-P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decision of Consumers in Hochiminh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481–492.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. . (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone. *Forum Ilmiah*, 18(2), 150–161.
- Nugroho, N. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Kualitas, Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen pada Smartphone Samsung Galaxy A10s. *Jurnal Ekonomi*, 22(2), 223–249.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Media Sahabat Cendekia. Surabaya.
- Nurmawati. (2021). *Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian* (1st ed.). Media Nusa Creatif. Malang

- Osak, D. J., & Pasharibu, Y. (2020). Pengaruh Brand Ambassador dan Tagline Terhadap Keputusan Pembelian Online dengan Mediasi Brand Awareness. *E-Journal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 9(4), 357–380.
- Picaully, M. R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Niat Pembelian Gadget Di Shopee Indonesia. *Jurnal Manajemen Maranatha*, 18(1), 31–40.
- Porajow, K. C., Kalangi, J. A. ., & Tamengkal, L. F. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Manado. *Jurnal Productivity, Vol. 1(5)*, 446–452.
- Pratama, D. W., & Santoso, S. B. (2018). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Diponegoro Journal Of Management*, 7(2), 1–11.
- Prima Saputra, K., & Halid, H. (2019). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Tiga Putra Cell Malang. *J A B Jurnal Aplikasi Bisnis*, 5(2016), 487–490.
- Rahayu, S. (2021). *Strategi Meningkatkan Loyalitas Sikap Dan Loyalitas Pembelian* (E. Pariyanti (ed.); Pertama). CV. Adanu Abimata. Indramayu.
- Rahman, A. (2020). Brand Image, eWOM, Trust and Online Purchase Intention of Digital Products among Malaysian Consumers. *Journal of Xi'an University of Architecture & Technology*, XII(III), 4935–4946.
- Ramadhan, T. S., & Farida, E. (2020). Keputusan Pembelian Dipengaruhi oleh Kesadaran , Kualitas , Asosiasi dan Loyalitas Merek Melalui Kepercayaan Merek Kamera Sony Pada Komunitas Fotografi di Malang Universitas Islam Malang , Indonesia \* Corresponding Author : Ramadhan , T . S . & Farida , E. *Iqtishoduna*, 16(2), 131–146.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan* (1st ed.). Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Rusmanida, R. (2020). Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Membeli Secara Online Melalui Kepercayaan Merek Pada E-Commerce Shopee Di Kota Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 16–22.
- Sadikin, M. R., & Aprilianto, E. (2022). Pengaruh Brand Awareness , Brand Trust Dan Brand Loyalty Terhadap Repurchase Intention Smartphone Iphone ( Studi Pada Mahasiswa S1 Feb Mercu Buana Jakarta Dan Karyawan Pt Go-Jek Indonesia ). *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*,

3(1), 36–46.

Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). *Kepercayaan Pelanggan Di Antara Hubungan Citra Perusahaan Dan Kewajaran Harga Dengan Loyalitas Pelanggan Mapemall.Com* (Andriyanto (ed.); 1st ed.). Penerbit Lakeisha. Klaten.

Sawhani, D. K. (2021). *Digital Marketing: Brand Images* (Pertama). Scopindo Media Pustaka. Surabaya.

Setiadi, N. J. (2019). *Perilaku Konsumen* (Edisi Ketu). Prenada Media Group. Jakarta.

Sitorus, S. A., Romli, N. A., & Tingga, C. P. (2022). *Brand Marketing: The Art Of Branding* (A. Sudirman (ed.)). Media Sains Indonesia.. Bandung.

Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian* (Ayup (ed.); 1st ed.). Literasi Media Publishing. Yogyakarta.

Sudarso, A., Kurniullah, A. Z., Halim, F., Purba, P. B., Dewi, I. K., Simartama, H. M. P., Purba, B., Sipayung, R., Sudirman, A., & Manullang, S. O. (2020). *Manajemen Merek* (A. Karim (ed.); 1st ed.). Yayasan Kita Menulis.

Sudirman, A., & Alaydrus, S. (2020). *Perilaku Konsumen dan Perkembangan di Era Digital* (Pertama). Widina Bhakti Persada. Bandung.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis* (Edisi 17). Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Edisi 19). Alfabeta. Bandung.

Tamara, A. N. (2021). Pengaruh Brand Awareness dan Celebrity Endorser Terhadap Kepercayaan Serta Dampaknya pada Minat Beli Produk (Studi pada Konsumen MADEENAA.ID). *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(9), 1456–1476.

Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat Dan Keputusan Pembelian : Tinjauan Melalui Persepsi Harga Dan Kualitas Produk* (Pertama). CV. Adanu Abimata.

Tri Utami, A., & Ellyawati, J. (2021). Peran Citra Merek, Celebrity Endorser, Kualitas Produk Dalam Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 22(1), 140–150.

Wahyuni, N., Ibrahim, M. B. H., Irawan, A., & ... (2021). ... Kualitas Produk

Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Konsumen Sebagai Variabel Intervening: Studi Pada Pembeli Produk Madu Bina Marga .... *The Journal of ...*, 6(4).

Walter Tabelessy. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Di Kota Ambon. *Jurnal SOSOQ VOLUME*, 8, 84–91.

(2021), Pedoman Penyusunan Skripsi Fakultas ekonomi Dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

Annur, C. M. 2021. Penjualan iPhone Capai 1,85 Miliar Unit di Dunia hingga 2020

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/05/penjualan-iphone-capai-185-miliar-unit-di-dunia-hingga-2020> . Diakses 24 Desember 2021

Apple. 2021. Mengenai Pembaruan iOS 14.

<https://support.apple.com/id-id/HT211808>. Diakses 28 Juni 2022

Dewi, I. R. 2021. Penjualan iPhone Melonjak 50% di Tengah Pandemi.

<https://tekno.sindonews.com/read/495796/122/penjualan-iphone-melonjak-50-di-tengah-pandemi-1627528069>. Diakses pada 28 Juni 2022

Jakarta, K. 2021. 6 Alasan Mengapa Masyarakat Lebih Suka Beli iPhone di Tahun 2021.

<https://koran-jakarta.com/6-alasan-mengapa-masyarakat-lebih-suka-beli-iphone-di-tahun-2021?page=all>. Diakses pada 12 Juli 2022

Kurnia, T. 2018. 7 Alasan Orang Lebih Memilih iPhone Daripada Andorid.

<https://m.merdeka.com/teknologi/7-alasan-orang-lebih-memilih-iphone-daripada-android.html>. Diakses pada 28 Juni 2022

Mustikasari, I. 2017). 4 Alasan Kenapa Harus Mikir Dua Kali Sebelum Beli iPhone X.

<https://dafunda.com/tekno/4-alasan-kenapa-harus-mikir-dua-kali-sebelum-beli-iphone-x/#:~:text=>. Diakses pada 12 Juli 2022

Pusparisa, Y. 2020. Pengguna Smartphone diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/09/15/pengguna-smartphone-diperkirakan-mencapai-89-populasi-pada-2025>. Diakses pada 24 Desember 2021

Pusparisa, Y. 2021. 10 Negara Pengguna Smartphone Terbanyak (2020).

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/01/daftar-negara-pengguna-smartphone-terbanyak-indonesia-urutan-berapa#:~:text=>. Diakses

pada 24 Desember 2021

Rizaty, M. A. 2021. Apple iPhone 12 Jadi Smartphone Terlaris pada Kuartal I-2021.

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/07/23/apple-iphone-12-jadi-smartphone-terlaris-pada-kuartal-i-2021>. Diakses pada 24 Desember 2021

Sani, A. F. I. 2021. Sederet Alasan Mengapa Produk Apple Selalu Diminati.

<https://tekno.tempo.co/read/1513658/sederet-alasan-mengapa-produk-apple-selalu-diminati>. Diakses pada 28 Juni 2022

Hernawan, B. 2021. Terus Alami peningkatan, Persentase Pengguna iOS 14 Makin Besar.

<https://makemac.gird.id/amp/212637490/terus-alami-peningkatan-persentase-pengguna-ios-14-makin-besar#referrer=https://www.google.com&csi=0>.

Diakses pada 24 Desember 2021

