

Daftar Pustaka

- Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A., & Tee, P. L. (2016). Determinants of smartphone repeat purchase intention among Malaysians: A moderation role of social influence and a mediating effect of consumer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 993-1004.
- Zahid, A., & Dastane, O. (2016). Factors affecting purchase intention of South East Asian (SEA) young adults towards global smartphone brands. *ASEAN Marketing Journal*, 8(1), 66-84.
- Goh, S. K., Jiang, N., Hak, M. F. A., & Tee, P. L. (2016). Determinants of smartphone repeat purchase intention among Malaysians: A moderation role of social influence and a mediating effect of consumer satisfaction. *International Review of Management and Marketing*, 6(4), 993-1004.
- Krisnawan, G. N. D., & Jatra, I. M. (2021). The Effect of Brand Image, Brand Awareness, and Brand Association on Smartphone Purchase Intention (Case Study in Denpasar). *American Journal of Humanities and Social Sciences Research (AJHSSR)*, 5(6), 117- 122.
- Fisk, R.P., Patricio, L., Lin, J.S.C., Liang, H.Y. (2011), The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 350-372.
- Kuo, Y. F., Hu, T. L., & Yang, S. C. (2013). Effects of inertia and satisfaction in female online shoppers on repeat-purchase intention. *Managing Service Quality*, 23(3), 168- 187.
- Mao, Y., Lai, Y., Luo, Y., Liu, S., Du, Y., Zhou, J., ... & Bonaiuto, M. (2020). Apple or Huawei: Understanding flow, brand image, brand identity, brand personality and purchase intention of smartphone. *Sustainability*, 12(8), 3391.
- Nguyen, N. L., Tran, T. T., & Vo, M. P. (2020). The Effect of Lifestyle, Brand Image and Personalities on Smartphone Purchase Decisions of Consumers in Ho Chi Minh City. *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, 5(3), 481-492.
- Darojat, T. A. (2020). Effect of Product Quality, Brand Image And Life Style Against Buying Decision. *Journal of Management Science (JMAS)*, 3(2), 51-57.
- Leelakulthanit, O., & Hongcharu, B. (2012). Factors influencing smartphone repurchase. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 10(11), 623-628.
- Lin, J. S. C., & Liang, H. Y. (2011). The influence of service environments on customer emotion and service outcomes. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21(4), 350-372.

- P.R.Smith, Dave Chaffey dalam bukunya *Digital Marketing Excellence: Planning, Optimizing, and Integrating online marketing* (2017: 5).
- Kotler, Philip and Gary Amstrong.2012. *Principles of Marketing. Fourteenth Edition.*Pearson Education Limited, England.
- Handoko, T. H. (2000). *Dasar-dasar manajemen produksi dan operasi.*
- Novantiano,(2007).*Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Ulang Barang-Barang Elektronik Buatan RRC di Toko Hartono Elektronika.*
- Bilson Simamora.2003. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen.* Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Bunga Geofanny & Chairy,2010 *Pengaruh Psikologi Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Kembali smartphone blackberry.*
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran,*Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13.*
Jakarta: Erlangga.
- ALFI, L. (2020). *HUBUNGAN PENGGUNAAN smartphone BERLEBIH TERHADAP INTERAKSI SOSIAL REMAJA DI DESA KEKILING KECAMATAN PENENGAHAN KABUPATEN LAMPUNG SELATAN* (Doctoral dissertation, UIN RADEN INTANLAMPUNG).
- DI MAKASSAR, P. O., & SARI, N. *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA.*
- Sari, A. W. (2013). *Pengaruh Brand Trust dan Perceived Quality Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Sari Roti (Studi Pada Konsumen di Perumahan Gresik KotaBaru, Manyar Gresik).* *Jurnal Ilmu Manajemen, 1*(2), 388-401
- Umaroh, E. H. (2020). *Pengaruh harga, kualitas produk dan risiko terhadap keputusan pembelian menggunakan flash sale Shopee mahasiswa FEBI Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya* (Doctoral dissertation, UIN Sunan AmpelSurabaya).
- FITRIANISA, S. (2016). *KEPEMILIKAN PRODUK APPLE: SENTUHAN KELAS MENENGAH ATAS SEBAGAI ALAT IDENTITAS PADA MAHASISWA FISIP UI.*
- Alwi, M. M. W. A., Rachma, N., & Primanto, A. B. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone (Studi Kasus FEB UNISMA 2017).* *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 11*(01).

- Shadrina, A. N., Fathoni, M. A., & Handayani, T. (2021). PENGARUH TREND FASHION, GAYA HIDUP, DAN BRAND IMAGE TERHADAP PREFERENSI FASHION HIJAB. *Journal of Islamic Economics (JoIE)*, 1(2).
- Neuman, W.L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches 7th Edition*. New Delhi: Pearson Education Limited.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., ... & Gebang, A. A. (2021). *Metode penelitian pendekatan kuantitatif*. Media Sains Indonesia.
- Hamdi, A. S., & Bahruddin, E. (2015). *Metode penelitian kuantitatif aplikasi dalam pendidikan*. Deepublish.
- Susilo Rahardjo, M. P., & Gudnanto, S. P. (2022). *Pemahaman Individu teknik nontes*. Prenada Media
- Safitri, D., Qudsi, R., Ariawan, R., & Herlina, S. (2022). PENGEMBANGAN PERANGKAT PEMBELAJARAN BERBASIS PROBLEM BASED LEARNING (PBL) TERINTEGRASI KARAKTER ISLAMI PADA MATERI ARITMATIKA SOSIAL KELAS VII MTS. *Jurnal PEKA (Pendidikan Matematika)*, 5(2), 90-104.
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Health Books Publishing.
- Saputra, A. (2020). *CAMI: Aplikasi Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Berbasis Web*. Yayasan Ahmar Cendekia Indonesia.
- Singgih, S. (2018). Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan AMOS 24. *Elex Media Komputindo, Jakarta*.
- Handayani, P.W. Konsep CB-Sem dan Sem-Pls Disertai Dengan Contoh Kasus - RajawaliPers. (2021). (n.p.): PT. RajaGrafindo Persada.
- Rahmah, Sumarwan, Najib. THE EFFECT OF BRAND EQUITY, MARKETING MIX, AND LIFESTYLE TOWARD PURCHASE DECISION AT COFFEE SHOP IN BOGOR. (2018). *Journal of Consumer Sciences E-ISSN : 2460-8963 2018, Vol. 03, No. 02, 01-15*.

- I. F. A. Senduk., J. E. Tulung., F. V. Arie. PENGARUH DARI CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DIPIZZA HUT MANADO. (2021). ISSN 2303-1174
- Kiswati, S. (2010). Studi Tentang Sikap Konsumen Atas Merek Tolak Angin (Pada Mahasiswa FE UNDIP Semarang). Tesis. Universitas Diponegoro Semarang. Hal. 59
- Mahanani, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. *Com. Journal Ikhraith Humaniora*, 2(1), 53-61.
- Alif, A. N. M. (2019). *PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Konsumen Mobil Daihatsu Xenia Di Kabupaten Sleman)* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA).
- Ghozali, I. (2013). Analisis multivariate program. Semarang: Badan Penerbit-Undip.
- Ghozali, I. (2016). Ghozali, Imam. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: BPFE Universitas Diponegoro. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 3(1).
- Bawono, A., Shina, A. (2018). *Ekonometrika Terapan Untuk Ekonomi dan Bisnis Islam (Aplikasi dengan Eviews)*. Salatiga: Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat IAIN Salatiga.
- Riduwan. (2013). Skala Pengukuran Variable-Variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Yanow, D. (2017). Qualitative-interpretive methods in policy research. In *Handbook of public policy analysis* (pp. 431-442). Routledge.
- Gani, I., & Amalia, S. (2015). *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Penerbit Andi.
- Sugiyono. (2016). *Definisi dan Operasional Variabel Penelitian*. Definisi Dan Operasional Variabel Penelitian.
- Sugiyono. (2013). *Jenis penelitian kuantitatif*.
- Karyawati, L., & Kurnia, E. (2021). *MEMBANGUN CITRA MEREK SESUAI KONSEP*. *Economic and Business Management International Journal*, III.
- Firhan Ah'sani Ahmad dan Purnomo Hadi (2022). Pengaruh Citra Merek, Fitur, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Xiaomi) di Kabupaten Lamongan. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen*. Vol. 2