

DAFTAR PUSTAKA

- Abi Melin Monitaria, & Ery Baskoro. (2021). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Promosi Pnline Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Gubuk Tiwul. *Jurnal Manajemen Diversivikasi*, 1(3), 622–635.
- Adhari, I. Z. (2021). *Kepuasan Pelanggan & Pencapaian Brand Trust* (Tim Qiara Media, Ed.). CV. Penerbit Qiara Media.
- Afif, M., & Aswati, N. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah MS Glow. *Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 4, 147–167.
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akutansi*, 6(3), 38–51.
- Annisyak, W. N., & Ali. (2025). Pengaruh Citra Merek, Strategi Pemasaran Media Sosial, dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Business and Economics Research (JBE)*, 6(1), 225–233.
<https://doi.org/10.47065/jbe.v6i1.6766>
- aRepair. (2024). Kenapa iPhone Green Screen? Ternyata Karena Ini (Ada Solusi). Diakses dari: <https://arepair.id/iphone/kenapa-iphone-green-screen/>
- Arie Liyono. (2022). Pengaruh Brand Image, Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Air Minum Galon Crystalline Pada PT. Pancaran Kasih Abadi. *JUBIS*, 3(1), 73–91.

- Arroyan, F., & Riofita, H. (2024). Pasar Konsumen dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(11), 537–540. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14378309>
- Bloomberg Intelligence. (2023). *79% of Gen Z US consumers prefer iPhones to rivals, finds Bloomberg Intelligence.*
- Budiarmanda Ikhsan, H., Ngatno, & Nurseto, S. (2023). Pengaruh Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pelanggan Baru Indihome Di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 1–10. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The Chain of Effects from Brand Trust and Brand Affect to Brand Performance: The Role of Brand Loyalty. *Journal of Marketing*, 65(2), 81–93.
- Cooper, Schindler, & S. (2006). Business research methods (Vol 9). In *Business Research Methods* (Number 2000).
- Esa, S. H., Yohana, C., & Monoarfa, T. A. (2022). Pengaruh Kepercayaan Merek dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Konsumen melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus pada Brand Skincare Lokal). *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Keuangan*, 3(3), 785–799.
- Fajri, M. I., Dewi, L. K. C., Abdul, E. M., Munizu, M., & Setianti, Y. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk HP iPhone Di Kota Semarang. *COSTING: Journal of Economic, Business and Accounting*, (5), 1584–1592.

- Galuh Cahyaning, P., Marsudi, & Sri Nastiti, A. (2024). The Influence of Brand Image on Brand Trust and Its Impact on Brand Loyalty (Study of MS Glow Consumers in Malang City). *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 04(01), 81–90.
<https://doi.org/10.22219/jamanika.v4i01.32531>
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). *Partial Least Squares Konsep, Teknik Dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 4.0 Untuk Penelitian Empiris*. Yoga Pratama.
- Harianto, S., Mas'ud, R., & Azizurrohman, M. (2023). Does Digital Marketing Based on Brand Image and Brand Trust Affect Purchase Decisions in the Fashion Industry 4.0? *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 21(3), 553–566.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2022.021.03.01>
- Hutauruk, M. R. (2020). Pengaruh Pandemi Covid-19 Terhadap Faktor Yang Menentukan Perilaku Konsumen Untuk Membeli Barang Kebutuhan Pokok Di Samarinda. *Jurnal Riset Inossa*, 1–15.
- iFixied. (2024). Green Screen Issue iPhone 13 Series 2024. Diakses dari:
<https://ifixied.co.id/blog/green-screen-issue-iphone-13-series-2024>
- James Prabowo Soetanto, Fanny Septina, & Timotius Febry. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(1).
- Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., Nanulaitta, D. T., & Melmambessy, S. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2), 451–464.

- Kotler dan Armstrong. (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. In *England Pearson Education Limited*.
- Kotler dan Keller. (2016). *Marketing Management 15E* (15e ed.). Pearson Education, Inc. <http://www.pearsonmylabandmastering.com>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Balasubramanian, S. (2016). *Principles of Marketing Nineteenth Edition* (19e ed.). Pearson Education.
- Laksono, A. W., & Suryadi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, *1*(1), 8–16.
- Mahiri, E. A. (2020). Pengaruh, Brand Image Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Badan Usaha Milik Desa (BUMDES) Mart Banjaran. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, *IX*(3), 227–238.
- Mardiarto, J., & Istiqomah. (2023). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Baru Honda Brio. *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, *16*(2), 2023.
- Nasyeh, M. A., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sepeda Merek Polygon Tipe Monarch M5 Di Toko Bagus Bike Kabupaten Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, *6*(2), 371–382.
- Ngatno. (2024). *Panduan Analisis Data Mediasi Dan Moderasi Dengan Smart Pls*.
- Nur'khalisha, D., & Kusumawardhani, A. (2024). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Purchase Intention Dengan Brand Awareness Sebagai

- Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Yang Mengetahui Produk iPhone Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 13(1), 1–15.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Pew Research Center. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Prameszwary, A., Juliana, Winata, J., Tanesha, R., & Armando, T. (2021). Brand Trust dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di Masa Covid-19. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Universitas Bina Sarana Informatika*, 19(1), 24–31. <https://doi.org/10.31294/jp.v17i2>
- Pratama, N., Lukitaningsih, A., & Fadhilah, M. (2024). Brand Image and Social Media Marketing on Purchase Decisions: The Mediating Role of Purchase Intention. *International Journal of Economics Development Research*, 5(6), 4947–4961.
- Putra, dkk. (2023). The Influence of Brand Love and Hedonistic Lifestyle on the Purchasing Decision of Iphone Smartphones: A Study on Iphone Users From Generation Z in Surabaya. ResearchGate.
- Sari, N., Sudarmiatin, & Shinta Dhewi, T. (2022). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchase Decisions and Brand Trust as Mediation Variables (Study on iPhone Users in Malang City). *International Journal Of Humanities Education And Social Sciences*, 2(1), 129–137.
<https://ijhess.com/index.php/ijhess/>
- Sari, W., & Avriyanti, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk T-Shirt Brand Cressida Di I'm Fashion Store Kabupaten

- Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik & Administrasi Bisnis*, 6(2), 1280–1291.
- Schiffman dan Kanuk. (2019). *Consumer Behavior*.
- Sepriarti Eka Putri. (2022). *Brand Marketing The Art Of Branding*.
- Setiawan, A. N., & Sukresna, I. M. (2023). The Influence of Brand Identification and Brand Image toward Loyalty through Brand Trust and Customer Satisfaction of H&M. *Diponegoro Journal Of Management*, 12(3), 1–15. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta. www.cvalfabeta.com
- Suryati, & Rahmat, Z. N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan Pada Rumah Makan Super Chicken Di Jambangan Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah*, 18(4), 291–297.
- Syafrianita, N., Asnawi, M., & Al Firah. (2022). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Syabani Di Pusat Pasar Medan. *Jurnal Bisnis Corporate*, 7(2), 31–40.
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 6(1), 240–245. <https://doi.org/10.37034/infeb.v6i1.856>
- Wardhana, A. (2024a). *Brand Management In The Digital Era-Edisi Indonesia* (M. Pradana, Ed.). CV. Eureka Media Aksara.

- Wardhana, A. (2024b). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0-Edisi Indonesia* (M. Pradana, Ed.). Eureka Media Aksara.
- Widodo, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Molivia Cafe (Studi Kasus Pada Konsumen Molivia Cafe, Jalan H.M. Joni, Teladan Timur, Kota Medan). *Jurnal Manajemen Tools*, 13(1), 101–122.
- Willdanny, P. Z., & P.Sukma, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Brand Trust Pada Store Wardah Di Buaran Mall. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 23(2), 161–173.
- Yanto, M. O. R. (2023). *Analisis Pengaruh Brand Image Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening Di Kota Semarang*.
- Yulita, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Positioning Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek Produk Asuransi Kesehatan Kumpulan Di PT. Asuransi Jiwa Generali Indonesia Regional Sumatera. *Insight Management Journal*, 1(3), 95–105.
<https://journals.insightpub.org/index.php/imj>