

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. (2011). *Brand Relevance: Making Competitors Irrelevant*. Jossey Bas.
- Abbott, B., & Bordens, K. (2013). *Research Design and Methods A Process Approach* (8th ed.).
- Agung, R., Yudhistira H, G., & Aziz, R. (2021). *FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERSAINGAN DAN PERTUMBUHAN PASAR: PEMIMPIN, PESAING, PENGIKUT*. 2(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4>
- Ahdiat Adi. (2022, September 5). *Ini Merek Gadget yang Paling Lekat dengan Citra K-Pop*. Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/05/inimerek-gadget-yang-paling-lekat-dengan-citra-k-pop>
- Aji. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND EXPERIENCE SEBAGAI VARIABEL INTERVENING*.
- Aji. (2019). *Survey: Loyalitas Pengguna iPhone Menurun Drastis*.
- Aldatya et al. (2021). *PENGARUH CITRA DAN KEPERCAYAAN TERHADAP LOYALITAS PADA E-COMMERCE SHOPEE*.
- Amar Mushanif. (2022). *15 Merk HP Terbaik Oktober 2022 di Indonesia & Dunia*. Yatekno. <https://www.yatekno.com/merk-hp-terbaik/>
- Aryanti, S., & Suyanto, A. (2019). *ANALISIS KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK PADA KEPUASAN PELANGGAN KLINIK KECANTIKAN DAN PENGARUHNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN*. *E-Proceeding of Management*.
- Astuti & Alfarizky. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek Pada Produk Yamaha (Studi Kasus Pada Mahasiswa/Mahasiswi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara*.
- Bernarto et al. (2020). *The Influence of Brand Awareness, Brand Image, and Brand Trust on Brand Loyalty*. *Jurnal Manajemen*, 24(3), 412.
<https://doi.org/10.24912/jm.v24i3.676>

- Budiman, S. (2021). The Effect of Social Media on Brand Image and Brand Loyalty in Generation Y. *Journal of Asian Finance, Economics and Business* , 8.
- Caroline, O., & Brahmana, R. (2018). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY MELALUI BRAND SATISFACTION PADA MEREK IMAPARTS. *AGORA Vol. 6, No. 1*.
- Chalil et al. (2020). *Brand, Islamic Branding, & Rebranding*. PT. Raja Grafindo Persada.
- Crunchbase. (2022). *Apple*.
- Darwin, M., Mamondol, M., Sormin, S., Tambunan, Y., Sylvia, D., Adnyana, I. M., Prasetiyo, B., Vianitati, P., Gebang, A., & Tambunan, T. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*.
- Databoks. (2022). *Merek Smartphone Paling Favorit di Indonesia* . Databoks.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/06/08/bukan-iphone-ini-mereksmartphone-paling-favorit-di-indonesia>
- Dewi, L., Edyanto, N., & Siagian, H. (2020). The Effect of Brand Ambassador, Brand Image, and Brand Awareness on Purchase Decision of Pantene Shampoo in Surabaya, Indonesia. *SHS Web of Conferences*.
- Eraspace. (2022). *7 Spesifikasi dan Fitur iPhone 14 yang Tampil Menakjubkan*. Eraspace.Com.
- Evitasari. (2022, September 10). *Sejarah Apple Inc*.
<https://guruakuntansi.co.id/sejarah-apple-inc/>
- Farizan, N., Rohman, F., & Hussein, A. (2018). JAM 17, 1 Received, Revised, Accepted, May 2018 June 2018 July 2018 October 2018 November 2018 THE EFFECT OF BRAND IDENTITY, BRAND IMAGE, AND PERCEIVED VALUE ON LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS MEDIATION VARIABLE FOR COSTUMER FRESH JUICE BINTARO. *Journal of Applied Management*.

- Fathikyaid, et al. (2018). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pengguna Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Riset Manajemen*.
- Fauziah, A. (2020). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Dan Perceived Quality Terhadap Loyalitas Konsumen*.
- Foroudi, P., Jin, Z., Gupta, S., Foroudi, M., & Kitchen, P. (2018). Perceptual components of brand equity: Configuring the Symmetrical and Asymmetrical Paths to brand loyalty and brand purchase intention. *Journak of Business Research*.
- Gantasari & Yulianti. (2019). *PENGARUH THREAT EMOTION DAN BRAND TRUST TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK APPLE IPHONE*.
- Ghozali, I. (2012). *Statistik Non parametrik : Teori dan aplikasi dengan program SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, M. D. (2019). PENGGUNAAN TELEPON GENGAM PADA MASYARAKAT PERBATASAN (SURVEI PADA KECAMATAN TANJUNG BERINGIN, KABUPATEN SERDANG BEDAGAI, PROVINSI SUMATERA UTARA). *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 20(1), 58. <https://doi.org/10.31346/jpikom.v20i1.1906>
- Hair et al. (2015). *The Essentials of Business Research Methods* (3rd ed.)
- Hasibuan. (2021). *Awas! iPhone Dapat Diretas dengan Spyware Tanpa Klik Apapun*.
- Herawati. (2022). *5 Fitur iPhone Ini Sekarang Bisa Didapatkan Di Android*.
- Herdyanto, A. (21 C.E., March 21). *8 Keunggulan OPPO dibanding Brand HP Lain, Layanan Juara*. IDN Times.
<https://www.idntimes.com/tech/gadget/abrahamherdyanto/kelebihan-keunggulan-oppo-dibandingkan-brand-smartphonelain?page=all>
- Ilham El Fawwaz & Indrawati (2019). The Impact of Brand Ambassador on Brand Image and Consumers' Purchasing Decision: A Case of BTS as Tokopedia's

- Brand Ambassador. *International Journal of Science and Research (IJSR)*.
<https://www.ijsr.net/archive/v9i6/SR20628114516.pdf>
- Indira Rachmawati (2020). Service quality role on customer's loyalty of Indonesia internet service provider during Covid-19. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Jasa*.
<http://dx.doi.org/10.25105/jmpj.v13i2.7116>
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*. Aditama.
- Jakarta, K. (2021, November 18). *6 Alasan Mengapa Masyarakat Lebih Suka Beli iPhone di Tahun 2021!* Koran Jakarta. <https://koran-jakarta.com/6-alasanmengapa-masyarakat-lebih-suka-beli-iphone-di-tahun-2021?page=all>
- Karsono, Purwanto, & Salman, A. (2021). Strategi Branding Dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat Terhadap Madrasah Tsanawiyah Negeri. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*.
- Keller. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*.
- Keller, K. (2013). *Strategic Building Management (Building, Measuring, and Managing Brand Equity)* (4th ed.). United State: Pearson Education Limited.
- Khofifah, Tamitatul . (2022). *Pengaruh Brand Satisfaction, Brand Trust, Dan Brand Experience Terhadap Brand Loyalty Wardah Cosmetic*.
- Kotler, P., & Keller, K. (2009). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT. Macanan Jaya Cemerlang.
- Kottler & Keller. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kristo, F. (2019, June 30). *9 Hal yang Disombongkan Steve Jobs Saat Kelahiran iPhone*. DetikInet. <https://inet.detik.com/consumer/d-4605661/9-hal-yangdisombongkan-steve-jobs-saat-kelahiran-iphone>
- Kusuma & Miartana. (2018). Brand Awareness, Brand Loyalty, Perceived Quality, Brand Association Brand Preference dan Purchase Intention. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 15.

- Maduretno, R., & Junaedir, M. F. (2022). *Exploring the Effects of Coffee Shop Brand Experience on Loyalty: The Roles of Brand Love and Brand Trust*. *Gadjah Mada International Journal of Business*.
- Mahanani & Sari. (2019). ANALISIS PENGARUH BRAND AWARENESS, BRAND LOYALTY DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. JICO AGUNG JAKARTA. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen* .
- Mediani Meshia. (2018, February 9). *Fokus Pada “Selfie”, Oppo Kembangkan Teknologi Kamera Depan*. CNN Indonesia.
<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20180209072915-185-274972/fokuspada-selfie-oppo-kembangkan-teknologi-kamera-depan>
- Miftahudin, F. (2019). *KECANDUAN DALAM PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI*. S de C 1 .
- Mobile Vendor Market Share Indonesia*. (2021, August). Global Stats.
<https://gs.statcounter.com/vendor-market-share/mobile/indonesia>
- Mubarokah, V. (n.d.). *SMARTPHONE OPPO (Studi Kasus Mahasiswa FEB UMP Purwokerto)* SKRIPSI.
- Murdaningsih, D. (2020, July 6). *Fan K-Pop Ikut Dongkrak Penjualan Samsung*. REPUBLIKA.Co.Id. <https://www.republika.co.id/berita/qd1sp2368/fan-kpopikut-dongkrak-penjualan-samsung>
- Muzaki, S. (2021). *ANALISIS BRAND AWARENESS DAN BRAND LOYALTY DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN CV. MANDIRI JAYA PERKASA BANJARBARU*.
- Naomi Adisty. (2022). *Mengulik Perkembangan Penggunaan Smartphone di Indonesia*. Goodstats.Id. <https://goodstats.id/article/mengulik-perkembanganpenggunaan-smartphone-di-indonesia-sT2LA>
- Nguyen, D., Le, D., Truong, L., Truong, N., & Vu, V. (2022). *The effect of Generation Z’s perceptions of brand activism on brand loyalty: evidence from Vietnam*.

- Norbaiti & Rahmi. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Banjarmasin. *Jurnal Ilmu Sosial, Manajemen, Akuntansi, & Bisnis*.
- Novalina et al. (2018). *PENGARUH BRAND IMAGE DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY VASELINE HAND & BODY LOTION PADA MAHASISWA UNIVERSITAS NEGERI PADANG*.
- Nursiyono J A, & Wahyuningtyas F. (2014). *Pengantar Statistika Dasar*.
- Pangestika & Khasanah. (2021). *ANALISIS PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND EXPERIENCE, BRAND TRUST, DAN BRAND SATISFACTION TERHADAP BRAND LOYALTY FINANCIAL TECHNOLOGY: E-WALLET*.
- Paramita, W. (2019). *PENGARUH ISLAMIC BRANDING TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT*.
- Parlina, T., & Yanti, D. (n.d.). ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN PADA PENGGUNA IPHONE DI KOTA SAMARINDA DITINJAU DARI SUDUT PANDANG KONSUMSI MONZER KAHF. In *BIFEJ* (Vol. 1, Issue 2).
- Pasaribu, R. (n.d.). *MANFAAT SMARTPHONE DALAM MENUNJANG AKTIVITAS PERKULIAHAN MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA*.
- Penggunaan, E., Sonyeondan, B., Devina, M., Priyowidodo, G., Prodi, F. G., Komunikasi, I., Kristen, U., & Surabaya, P. (n.d.). *JURNAL E-KOMUNIKASI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS KRISTEN PETRA, SURABAYA (BTS) Sebagai Celebrity Endorser Samsung Galaxy S20+ BTS Edition Pada ARMY Indonesia*. <https://tinyurl.com/y77ukphm>
- Pindari & Harti. (2021). *PENGARUH CITRA MEREK DAN WORD OF MOUTH TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA KLINIK KECANTIKAN NANISA JOMBANG*.
- Prahasti & Rahardjo. (2018). *ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK, KESADARAN*

MEREK DAN PERSEPSI KUALITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN LOYALITAS MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Cokelat Delfi di Universitas Diponegoro).

Pranata, I. W., & Pramudana, A. (2018). PERAN KESADARAN MEREK (BRAND AWARENESS) DALAM MEMEDIASI HUBUNGAN IKLAN OPPO DENGAN NIAT BELI KONSUMEN. *E-Jurnal Manajemen Unud*.

Pramana, F. (2021). *PENGARUH FITUR PRODUK IPHONE TERHADAP KEPUASAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI*.

Pramudiyanto et al. (2019). *PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND AWARENESS DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY (Studi pada Konsumen Fresh Care Minyak Angin Aromatherapy di Purworejo)*.

Priyatno, D. (2017). *Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS*. Andi.

Putri, V. D. A., & Suasana, I. G. A. K. G. (2017). PENGARUH ELEMEN EKUITAS MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI GERAJ STARBUCKS COFFEE (Studi Pada Konsumen Domestik Starbucks Coffee di Wilayah Bali). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(1), 470.

<https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v7.i01.p18>

Rahmawati et al. (2019). *PENGARUH BRAND CHARACTERISTIC TERHADAP BRAND LOYALTY DIMEDIASI OLEH BRAND TRUST DAN BRAND AFFECT*. 21.

Rangkuti. (2004). *Riset Pemasaran* (5th ed.). PT. Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan, & Sunarto. (2019). *Pengantar statistika untuk penelitian : Pendidikan, sosial, komunikasi, ekonomi, dan bisnis* (10th ed.). Alfabeta.

Riyanto & Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif: Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish .

Rizal. (2019). *Kurang Inovatif, Ini Fitur-fitur iPhone 11 yang Jiplak dari Android*.

- Santosa, A., Bintari, V., & Hamzah, R. (2019). PERAN KEPERCAYAAN DAN BRAND IMAGE DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SECARA ONLINE DI INSTAGRAM. *Jurnal Ekonomi Manajemen*, 5.
- Sari. (2018). BRAND IMAGE DAN BRAND AWARENESS TERHADAP CUSTOMER LOYALTY PRODUK SMARTPHONE. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*.
- Sari, O., & Suyanto, A. (2021). ANALISIS PEMETAAN EMPAT PERGURUAN TINGGI SWASTA BERDASARKAN BRAND EQUITY. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi Manajemen*.
- Sekaran U, & Bougie R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach* (7th ed.).
- Setiawan, D., Husen, I., Yuliansyah, R., & Wasif, S. (2022). PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN GOJEK. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 9.
- Shimp, T. A. (2010). *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Erlangga.
- Siahaan, W. (n.d.). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT. OPPO INDONESIA DALAM MENINGKATKAN CITRA SMARTPHONE OPPO*.
- Sinambela et al. (2020). PENGARUH BRAND TRUST, PERSEPSI KONSUMEN DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MOBIL MEREK HONDA DI PT. DELI KENCANA MEDAN IDK 1. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS DAN INOVASI UNIVERSITAS SAM RATULANGI (JMBI UNSRAT)*, 7.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- Sugiyono. (2013). *METODE KUANTITATIF DAN KUALITATIF*.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*.
- Sugiyono. (2019). *Statistika untuk Penelitian*. Alfabeta.
- Sujarweni, W. v. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. PT. Refika Aditama.
- Sulaiman, W. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. ANDI.
- Supriyandi, A., Hastjarjo, S., & Slamet, Y. (2022). Influence of Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, and Brand Loyalty of Shopee on Consumers' Purchasing Decisions. *CommIT Journal*.
- Sutarso, P., & Suyanto, A. (2019). ANALISIS PENGARUH CITRA MEREK DAN KEPERCAYAAN MEREK TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA MARKETPLACE DI INDONESIA. *E-Proceeding Management*.
- Sutrisno & Nurrahmat. (2020). *PENGARUH PERCEIVED QUALITY, BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE TERHADAP BRAND LOYALTY DALAM INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH*.
- Teddy et al. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK SMARTPHONE IPHONE TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA PT. DATA CITRA MANDIRI (IBOX) CABANG MENTENG CENTRAL. *CiDEA Journal*, 1(1).
- Teguh Widodo & Rifqi Jauhari (2023). *The influence of the Service Quality dimension on Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty moderated by the Level of Internet Usage and switching costs study case on Indihome in Indonesia*. *Italienisch*.
<https://www.italienisch.nl/index.php/VerlagSauerlander/article/view/506>
- Times IDN. (2020, December 13). *Brand HP Tertua, 11 Keunggulan Samsung dibanding Lainnya*. IDN Times.
<https://www.idntimes.com/tech/gadget/izzanamira-1/keunggulan-hp-samsung-dibandingkan-brand-lain?page=all>

- Veronika, E., AY, B., & Aryati, I. (2018). Pengaruh Brand Image, Harga dan Produk terhadap Loyalitas Pelanggan Martabak Brengos (D`Mrongos) Solo. *JURNAL MANAJEMEN DAN KEUANGAN*, 7.
- Visionary Team. (2022). *Apple Inc: Mission & Vision Statement Analysis 2022*. Vissionary Business Person.
- Walujo, & Subijantoro. (2016). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Unesa University Press.
- Wardani Agustin. (2020, February 17). *Spesifikasi Lengkap Galaxy Z Flip, Smartphone Layar Lipat Rp 21 Jutaan dari Samsung*. Liputan6.Com.
<https://www.liputan6.com/tekno/read/4180405/spesifikasi-lengkap-galaxy-zflip-smartphone-layar-lipat-rp-21-jutaan-dari-samsung>
- Wheeler, A. (2009). *Designing Brand Identity* (Third). John Wiley & Sons.
- Wilson, N. (2018). The Impact of Service Quality and Brand Image toward Customer Loyalty in the Indonesian Airlines Industry. *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Wulandari, D. (2022). *Mengintip Antusiasme Peluncuran iPhone 14 di Indonesia*. Mix.Co.Id.
- Yobeanto. (2020). *PENGARUH BRAND EXPERIENCE MELALUI CUSTOMER SATISFACTION DAN BRAND TRUST TERHADAP BRAND LOYALTY PADA MEREK SMARTPHONE SAMSUNG*.
- Zulkarnain et al. (2020). *GAYA HIDUP DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IPHONE*. 2(1). www.bloter.net,2013