

DAFTAR PUSTAKA

- Adjane, A. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek iPhone Terhadap Loyalitas Pelanggan. Forum Keuangan Dan Bisnis Indonesia (*FKBI*).
- Akbar, M. F., Lubis, N., & Listyorini, S. (2016). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian pada Pemilik iPhone. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*.
- Apple Inc. (2017, November 1). *Apple Inc.* Retrieved from <https://www.apple.com/>
- Buchari, A. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Clement. (2020, January). *Statista*. Retrieved from Statista: <https://www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/>
- Databoks. (2016, August 8). *Databoks*. Retrieved from D Katadata: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2016/08/08/pengguna-smartphone-di-indonesia-2016-2019>
- detikinet. (2020, July 8). *detikinet*. Retrieved from Detik.com: <https://inet.detik.com/consumer/d-5085002/pengguna-iphone-protes-baterai-boros-saat-update-ios-1351>
- Dharma, N. P., & Sukaatmadja, I. G. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen UNUD*, 3228-3255.
- Durianto, B., & Sugiarto. (2004). *Brand Equity Ten*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Gatra.com. (2020, March 5). *Gatra.com*. Retrieved from Gatra.com: <https://www.gatra.com/detail/news/471260/milenial/studi-ini-ungkap-daya-beli-iphone-masyarakat-indonesia>
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- IDNTimes. (2020, February 27). *IDNTimes*. Retrieved from IDNTimes: <https://www.idntimes.com/tech/gadget/kena-zakiah-1/brand-smartphone-yang-menguasai-market-indonesia/full>
- Indonesia Baik. (2018). Retrieved from <http://indonesiabaik.id/infografis/jumlah-pengguna-smartphone-di-indonesia-18>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, P., & Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education.
- Kurniawan, A. (2014). *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis: Teori, Konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.
- LegalZoom. (2011). Retrieved from <https://www.legalzoom.com/articles/10-years-of-new-technology-and-how-our-lives-have-changed>
- Limpele, M. (2013). *The Effect Of Brand Equity On Price Premium Of Apple Iphone* . *Jurnal EMBA*.
- Naeem, A. (2016). Impact of a Brand Equity on Consumer Purchase Decision in L'Oreal Skincare Products. *International Review of Management and Business Research*, Vol. 5 Issue 3, 808-816.
- Panmore Institute. (2019, February 13). Retrieved from <http://panmore.com/apple-mission-statement-vision-statement>
- Prabowo, I. J., & Nurhadi. (2016). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Word of Mouth Terhadap Minat Beli (Studi pada Mahasiswa Fakultas Keonomi UNY Pengguna iPhone). 246-256.
- Pradipta, D., Hidayat, K., & Sunarti. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8.
- Ramadhan, Y. (2016). PENGARUH BRAND EQUITY TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE: STUDI PADA PENGGUNA APPLE IPHONE DI KOTA BANDUNG.
- Rangkuti, F. (2004). *Manajemen Persediaan Aplikasi di Bidang Bisnis*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Santoso, S. (2011). *Structural Equation Modeling*. Jakarta: PTElex Media Komputindo.
- Sawyer, W. a. (2011). Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers & Communications. (9th edition). In W. a. Sawyer, *Using Information Technology: A Practical Introduction to Computers & Communications. (9th edition)*. New York: McGraw-Hill.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behaviour 7 th. Edition*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sevilla, & Consuelo. (2007). *Research Methods*. Quezon City: Rex. Printing Company.
- Simamora, B. (2004). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama.

- Sofiani, S. (2018). PENGARUH EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS*.
- Sofiani, S., & Colline, F. (2018). PENGARUH EKUITAS MEREK (BRAND EQUITY) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IPHONE. *JURNAL ILMIAH MANAJEMEN BISNIS, VOL. 18, NO. 2*, 105.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sujarweni, W. (2015). *Statistik untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Swastha, B., & Handoko, H. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.
- Tekno Kompas. (2019, May 16). *Kompas*. Retrieved from Tekno Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>
- Tekno Kompas. (2019, November 18). *Tekno Kompas*. Retrieved from Kompas: <https://tekno.kompas.com/read/2019/11/18/17080077/merek-china-kuasai-75-persen-pasar-smartphone-indonesia>
- Tekno Rakyatku. (2019, September 23). *Tekno Rakyatku*. Retrieved from Rakyatku: <http://tekno.rakyatku.com/read/165246/2019/09/23/ternyata-ini-alasan-hp-china-laris-manis-di-indonesia>
- Teknologi.id. (2018, March 16). *Teknologi.id*. Retrieved from Teknologi.id: <https://teknologi.id/insight/jumlah-pengguna-smartphone-di-seluruh-dunia-dari-2014-2020>
- Tempo. (2019, October 12). *Tekno.Tempo*. Retrieved from Tempo: <https://tekno.tempo.co/read/1258843/76-iphone-11-selundupan-disita-bea-cukai-pemilik-mengaku-jastip>

- The Guardian. (2015, May 17). *Guardian News & Media Limited*. Retrieved from The Guardian: <https://www.theguardian.com/technology/2015/may/17/tim-cook-apple-commencement-george-washington-university-iphone>
- Tjiptono, F. (2010). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). Pemasaran Jasa. In F. Tjiptono, *Pemasaran Jasa*. Malang : Bayumedia.
- Wijianty, M., Hamid, F. Z., & Kurniawan, R. (2016). PENGARUH BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN APPLE IPHONE PADA MAHASISWA ADMINISTRASI BISNIS POLITEKNIK NEGERI JAKARTA .
- Yoestini, & Rahma, E. S. (2007). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek Terhadap Minat Beli dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian . *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia* , 261-276.