

DAFTAR PUSTAKA

- Adisetiawan, R. (2011). Analisis Pengaruh Kinerja Keuangan dalam Memprediksi Pertumbuhan Laba. *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 10(3), 669–681.
- Adhi Prasetyo, D. A. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer. *International Journal of Data and Network Science*.
- Adriano, Farhan Febrian dan Aditya Wardhana. (2021). “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pengguna Eco Racing pada Perusahaan PT. Bandung Eco Sinergi Teknologi (BEST)”. *EProceeding of Management*. 8(6), 8682-8689.
- Aida, N., Supriyadi, M., & Salman, E. (2021). Tinjauan Motivasi Masyarakat Dalam Meng (Bachruddin Saleh Luturlean, 2018)ikuti Senam Lansia Di Kelurahan Petanang Ilir Kecamatan Lubuklinggau Utara 1. *Jurnal Arena Olahraga Silampari*, 1(1), 32-44.
- Ali Hasan. (2014). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. CAPS. Yogyakarta.
- Anang Firmansyah. (2019). *Pemasaran produk dan merek, cetakan pertama*, penerbit Qiara Media, Jawa timur.
- Annur, C. M. (2022). *Apa yang Membuat Konsumen Setia Pakai iPhone? Ini Surveinya*.
- Anwar Sanusi. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh, Penerbit Salemba Empat, Jln. Raya Lenteng Agung No.101, Jagakarsa, Jakarta Selatan, 12610.
- Arifin, E., & Fachrodji, A. (2015). Pengaruh persepsi kualitas produk, citra merek dan promosi terhadap minat beli konsumen ban Achilles di Jakarta Selatan. *MIX: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 153082.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada.Jakarta.

Bachruddin Saleh Luturlean, R. H. (2018). *Influencing Factors in Customers' Intention to Re - Visit Resort Hotels: The Roles of Customer Experience Management and Customer Value*. © Springer International Publishing AG 2018.

Basuki, Sulistyo. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.

Blokdyk G. (2020). *System Requirements Specification A Complete Guide- 2020 Edition*. Emereo Pty Limited.

Bashir, U. (2024). *Most popular smartphone brands in China 2024*.

Calvo-Porrall, C., Jean-Pierre., Levy-Mangin., (2016). Specialty Food Retailing : The Role of Purchase Frequency and Determinants of Customer Satisfaction and Loyalty. *British Food Journal*. Vol. 118. Iss 11.

Chau Sen wu et al. (2012). Influence of Creativity and Knowledge Sharing on Performance. *Journal of Technology Management in China*, Vol. 7 (1).

Coaker, W. (2021). *Branding With images: The Ultimate Guide to Grow Your Business*. New York. Independent Publisher.

Damayanti, F., & Rostiana, K. (2024). Analisis Strategi Pemasaran Perusahaan Apple Dalam Meningkatkan Pemasaran Global. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (JUPIMAN)2024*, 3(1), 138–142. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v3i1.3271>

Djojohadikusumo, Sumitro. (2017). *Perkembangan Pemikiran Ekonomi Dasar Teori Ekonomi Pertumbuhan dan Ekonomi Pembangunan*. Jakarta : LP3ES.

Economic Research Institute for ASEAN and East Asia (ERIA). (2022). *Redefining Indonesia's digital economy* (Policy Brief No. 2022-06). Retrieved from <https://ideas.repec.org/p/era/wpaper/pb-2022-06.html>

Edi Sucipto Tanady, M. Fuad. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen* Vol. 9 No. 2.

Espindola, J. A. G. (2020) *International Rainwater Catchment Systems Experience*. First. Edited by J. A. G. Espindola et al. London, UK: IWA Publishing. doi: 10.2166/9781789060584.

- Ezeuduji, I. O., & Mhlongo, P. S. (2019). Tourists' perceptions of a destination brand image: KwaZulu-Natal, South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 8(4), 1-11
- Fandy, Tjiptono. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Freddy Pandapotan Simbolon, Elvira Rossi Handayani, M. N. (2020). *The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car*.
- Ghozali, Imam dan Hengky Latan (2015). *Partial Least Squares Konsep Teknik dan Aplikasi dengan Program Smart PLS 3.0*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.
- Ghozali, Imam. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gök, O., Hacıoglu, G., & Akinci, S. (2019). The Impact of Product Quality on Consumer Purchase Decision. *Journal of Consumer Research*.
- Hair, Hult, Ringle, dan Sarstedt. (2014). *Multivariate Data Analysis, New International Edition.*, New Jersey: Pearson.
- Hardani, dkk (2020) *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif* .Yogyakarta: CV.Pustaka Ilmu Grup.
- Hawkins, D. I., Mothersbaugh, D. L., & Kleiser, S. B. (2020). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy* (pp. 1–833). pp. 1–833.
- Hermawan Tan dan Ritzky Karina M.R. Brahmana, S.E., M.A. (2019) Pengaruh Perceived Value Terhadap Repurchase Intention Melalui Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening pada shopee, *AGORA* Vol. 7, No. 1 (2019).
- Indrawati. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dan Bisnis Konvergensi Teknologi Komunikasi dan Informasi*, Bandung: Aditama.
- Ismail Nurdin, dan Hartati, Sri. (2019). *Metodologi Penelitian sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendikia.
- Janun, R. S., (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Eprints.ums.ac.id*.

- Juliandi (2018) A Juliandi. (2018). Structural equation model based partial least square (SEM-PLS): Menggunakan SmartPLS. Jurnal Pelatihan SEM-PLS Program Pascasarjana Universitas Batam. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1243777>.
- Kotler, P dan Amstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. (2016). Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). Marketing Management: 4th European Edition (4th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. (2016). Dasar-Dasar Pemasaran. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kristin, D. M. (2016). SOCIAL SCIENCES & HUMANITIES. *School of Information System, Bina Nusantara University, West Jakarta 11480, Indonesia*, 1-8.
- umar, V. & Reinartz, W., (2016), ‘Creating enduring customer value’. American Marketing Association Journal of Marketing: AMA/MSI. ISSN: 0022-2429 (80 (6), 36–68. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0414>.
- Machfoedz, Mahmud. (2010). Komunikasi Pemasaran Modern. Yogyakarta. Cakra Ilmu
- Magdalena, Maria, and Suroso Winardy. (2021). “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Roti CV. Rima Bakery Di Kota Padang.” Jurnal Pundi 4(1):55–70. doi: 10.31575/jp.v4i1.217.
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran. Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung : Alfabeta.
- Mcpheron, A. (2021). Growing Your Business: Brand Image and The Secrets to Success. New York. Independent Publisher.

- Miati, Iis. (2020). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Study Pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal Abiwara* 1(2), pp. 71-73
- Noor, Juliansyah. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Plummer, J., Rappaport, S. D., Hall, T., & Barocci, R. (2007). *The online advertising playbook: Proven strategies and tested tactics from the advertising research foundation*. John Wiley & Sons.
- P K Sari*, G. S. (2016). An evaluation of authentication methods for smartphone based on users' preference. *IOP Conference Series: Materials*.
- Pranata, Budi. (2013). *Metode Penelitian*. Bandung: Bumi Aksara.
- Putri, May Fanny Eka dan Dodie Tricahyono. (2018) “Pengaruh Kualitas Layanan Elektronik (E-Servqual) terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Mobile Banking. *Management*, Vol.1, No.3, 2014, ISSN: 23559357, <https://openlibrarypublications>
- Reditya, T. H. (2021). *Sejarah Logo Apple, dari Apel Newton hingga Warna Pelangi*.
- Riadi Edi. (2016). *Statistika Penelitian Analisis Manual dan IBM SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Rizki, A.G., (2017). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian pada E-Commerce shopee Indonesia. (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-Commerce). *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol 72., No 2.
- Saefudin, Asep et.al. (2022). *Statistik Dasar*. Jakarta: Grasindo.
- Savitri, I. A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E Jurnal Manajemen*, Vol 7 No 10
- Savitri, Ida Ayu Putu Dian dan Wardana, I Made. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Dan Niat Beli Ulang. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(10), 5748.

- Schmitt, B. H., & Simonson, A. (2009). *Marketing aesthetics: The Strategic Management of Brands, Identity, and Image*. New York: The Free Press.
- Sekaran, Uma dan Bougie, Roger. (2016). *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 7th Edition. New Jersey: Wiley.
- Simbolon, Freddy Pandapotan, Elvira Rossi Handayani, and Menik Nugraedy. (2020). "The Influence of Product Quality, Price Fairness, Brand Image, and 56 Customer Value on Purchase Decision of Toyota Agya Consumers: A Study of Low Cost Green Car." *Binus Business Review* 11(3): 187–96.
- Soegoto, Soeryanto Eddy. (2014). *Entrepreneurship: Menjadi Pebisnis Ulung*. Elex Media Komputindo. Jakarta
- Sopiah & Sangadji, Etta Mamang. (2016). *Salesmanship (Kepenjualan)*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.
- Syahrani, M. (2023). *10 Negara Dengan Pengguna Smartphone Terbanyak Di Dunia, Indonesia Masuk Daftar!*
- Thalia Rachman, S. (2013). *Steve Jobs: Pendiri dan Perancang Apple dengan Inovasi Luar Biasa*. 1–4.x
- Adhi Prasetyo*, D. A. (2022). The role of Instagram social media marketing activities and brand equity towards airlines customer. *International Journal of Data and Network Science*.
- Tjiptono, Fandy. (2019). "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit Andi.

- Widiastiti, Ni Made Gita, Ni Nyoman Kerti Yasa, Gede Bayu Rahanata (2020). The Role of Brand Image In Mediating The Relationship of Product Quality And Price Fairness With Purchase Decision (A Case Study of the iPhone Product in Denpasar City). SSRG International Journal of Economics and Management Studies (SSRG-IJEMS) – Volume 7 Issue 4 – April 2020 ISSN: 2393 - 9125
- Widodo, Sri, Cicik Harini dan Andi Tri Haryono. (2018). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. Journal of Management. Vol. 4, No. 4.
- Widodo, Suparno Eko. (2018). Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Xu, Y., Zhang, C., & Tang, Y. (2017). The Relationship Between Product Quality and Consumer Purchase Intention. Journal of Marketing Science.
- Yusuf, A. (2021). The Influence of Product Innovation and Brand Image on Customer Purchase Decision on Oppo Smartphone Products in South Tangerang City. Budapest International Research and Critics Institute- Journal (BIRCI-Journal, 2 (1), 472–481.