

DAFTAR PUSTAKA

- Adaming, S. (2019). *Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada produk ponsel iphone*. Universitas Negeri Makassar.
- Alma, B., & Hurriyati, R. (2008). *Manajemen Corporate dan Strategi Pemasaran Jasa Pendidikan Fokus Pada Mutu dan Layanan Prima*. Alfabeta.
- Ariani, W. (2009). *Manajemen Operasi Jasa*. Graha Ilmu.
- Aulia, N., Seno, & Bayu. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan harga Terhadap Keputusan Pembelian Study Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember. *Jurnal Penelitian Ipteks, Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember*, 3(2), 186–196.
- Bachdar, S. (2014). *Membangun Branding di Pasar yang Kian Terhubung*. http://www.themarketeers.com/archives/membangun-branding-di-pasar-yangkian-terhubung.html#.VCrXn_mSzRU.
- Barcelona, O., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada CV. Justiti Motor Lembata. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(2), 34–42.
- Gadget.id, A. (2023). *Compare HP | Perbandingan Harga & Spesifikasi*. <https://arenagadget.id/compare>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Universitas Diponegoro.
- Harris, R. M., & Silvianita, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1306–1310. <https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.584>
- Imon, N. V, Kalangi, J. A., & Tamengkel, L. F. (2020). Inovasi Smartphone Iphone terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Fispol Unsrat. *Productivity*, 1(5), 421–425.
- Iqbal, A. I. W., M.A, & Indradewa, R. (2019). How Product Quality, Brand Image, and Customer Satisfaction Affect the Purchase Decisions of Indonesian Automotive Customers. *Int. J. Services, Economics and Management*, 10(2), 177–193.
- Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). Menguji Marketing Mix 7P Terhadap Keputusan Pembelian Shope Di Sukoharjo. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing, 12th Edition* (B. Sabran (ed.); I). Erlangga.
- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (3 ed.). Erlangga.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran jasa* (2 ed.). Salemba Empat.

- Mbete, G. S., & Anamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100–110.
- Nazah, I. S., Hartati, T., & Siambaton, E. (2017). Nazah, Inna Sifatun. *Epigram*, 14(1), 51–58.
- Oetama, S. (2011). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen dalam Pembelian Motor Honda di Sampit. *Jurnal EMBA*, 1(4), 71–80.
- Rajapresentasi.com. (2023). *Sejarah Apple*. <http://rajapresentasi.com/>.
- Riyanti, R. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Value Added: Majalah Ekonomi dan Bisnis*, 18(1), 1. <https://doi.org/10.26714/vameb.v18i1.9625>
- Soeripto, R. W. T., & Kasidin, K. (2021). Pengaruh Marketing Mix Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Matahari Singosaren Surakarta. *Riset Manajemen dan Akuntansi*, 12(1), 1–16. <https://doi.org/10.36600/rma.v12i1.152>
- statcounter GlobalStats. (2023). *Mobile Vendor Market Share Indonesia 2019-2023*.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. (2009). *Metodelogi Penelitian*. Bina Aksara.
- Syahputra, R. R., & Herman, H. (2020). Pengaruh Promosi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menginap Di Os Hotel Batam. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 4(3), 62–70.
- Tanjung, I. (2021). Analysis of the Effect of Marketing Mix 7P on Purchase Decisions at Sentra Snack Stores. *International Journal of Review Management, Business, and Entrepreneurship (RMBE)*, 1(2), 125–133.
- Wahyono. (2012). Orientasi Pasar dan Inovasi: Pengaruhnya terhadap Kinerja Pemasaran. *Journal Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing)*, 1(1), 23–40.
- Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). Pengaruh Marketing Mix (7P) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Dapurdep. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 16.
- Zeithaml. (2009). *Service Marketing*. Mcgraw-Hill Companies, Inc.