

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I. (2011). *The Theory Of Planned Behaviour : Reactions and Reflections*. 0446. <https://doi.org/10.1080/08870446.2011.613995>
- Alvin Aprian, B., & Hidayat, A. (2018). *Eco-Buss Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Snack Coklat Tobelo pada PT. Bumi Tangerang Coklat Utama*. 1(1).
- Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. HarperCollins.
- Arum Prabowo, G., Rahmat, B., & Endah Wahanani, H. (2024). Aspect-Based Sentiment Analysis Iphone 14 Pro Menggunakan Algoritma Xgboost. *JATI (Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika)*, 7(6), 3947–3952. <https://doi.org/10.36040/Jati.V7i6.7831>
- Febriani, N. S., & Dewi, W. W. A. (2018). *Teori dan Praktis: Riset Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Universitas Brawijaya Press.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory And Research*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismara Fauzi, H., & Tantra, T. (N.D.). *Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Niat Beli Smartphone Vivo*. 7(2), 2023.
- James, G., Witten, D., Hastie, T., & Tibshirani, R. (2013). *An Introduction to Statistical Learning: with Applications in R*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-1-4614-7138-7>
- Judijonto, L., Fazrie, M., Tiong, P., Chyan, P., Ardhana, V. Y., Siswa, T. A., . . . Dkk. (2024). *Menguasai Pasar Digital: Strategi Bisnis Untuk Era Digital*. Medan: Yayasan Literasi Sains Indonesia.
- Kotler, P., Keller, K. L., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2016). *Marketing Management 3rd Edn Pdf Ebook*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing* (16th ed.). Pearson Education.
- Kurniawan, G. (2021). *Pengaruh Life Style dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone 11*.

- Manuntung, N. A., & Kep, M. (2019). Terapi Perilaku Kognitif Pada Pasien Hipertensi. Wineka Media.
- Marsyaf, A., Rifandi, D. I., & Dani, R. (2023). *Influence of Brand Image and Lifestyle on Purchasing Decisions Iphone in Jambi City*. *Journal of Business Studies and Mangement Review*, 7(1), 21–25. <https://doi.org/10.22437/Jbsmr.V7i1.29680>
- Muljani, N., & Koesworo, Y. (2019). *The Impact of Brand Image, Product Quality And Price on Purchase Intention of Smartphone*. *International Journal Of Research Culture Society*, 3(1), 99–103.
- Octavia, A., Sriayudha, Y., & Musnaini, M. (2024). *Eco-Friendly Product Purchase Behavior Model : Application Of Theory Of Planned Behavior in Generation Z Consumers*. 5(5), 859–868.
- Oentoro, Deliyanti, 2012. Manajemen Pemasaran Modern. Edisi Kesembilan. Jakarta: Prehalindo.
- Ozili, P. K. (2023). The acceptable R-square in empirical modelling for social science research. *Social Research Methodology and Publishing Results: A Guide to Non-Native English Speakers*, March, 134–143. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6859-3.ch009>
- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty*. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4), 471–484. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V2i4.459>
- Prasetio, J., Basalamah, M. R., & Wahono, B. (2023). Pengaruh *Brand Image, Lifestyle dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Smartphone Iphone*(Studi pada Mahasiswa Universitas Islam Malang Angkatan 2019). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 12(2), 2512–2520.
- Praveen, M., Ranjitha, R., Meenakshi, I. R., & Raymundjude, R. (2024). *International Journal of Research Publication and Reviews Consumer Behavior and Satisfaction in The Smartphone Industry : A Focus on Brand Preferences and Feature Demand in Nilgiris*. 5(11), 143–153.
- Qortubi, M. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone* (Studi Kasus pada Toko Riyadinal Hamzah Store Kota Jambi). 1–188.

- Saputra, M. A., Octavia, A., Roza, S., & Sriayudha, Y. (2019). Negara Asal Produk, Persepsi Kualitas dan Merek: Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone*. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 10(1). <https://doi.org/10.33059/jseb.v10i1.1121>
- Saputra, R. (2019). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), P-Issn. <https://journal.ubm.ac.id/index.php/business-management>.
- Shafitri, M., Aryani, L., & Nobelson. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen *Smartphone* Vivo. *Prosiding Konferensi Riset Nasional Ekonomi*, 02, 201–212.
- Simamora, Bilson, 2002. *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*. Jakarta: Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Sudaryono. (2014). *Perilaku Konsumen dalam Perspektif Pemasaran*. Jakarta: CV Andi Offset.
- Sugiyono, P. D. (2017). *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, dan R&D*. Penerbit Cv. Alfabeta: Bandung, 225(87),48-61.
- Suyanto, M. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Edisi Kesatu. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Valentine Sitorus, C., & Maolana Hidayat, A. S. (N.D.). *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Iphone di Bandung Tahun 2019*. *The Influence of Brand Image and Product Quality Towards Purchase Intention Buying Iphone in Bandung 2019*.
- Yuliana, N., & Ratna Pamikatsih, T. (N.D.). *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SnPk) Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Iphone di Solo Raya*.