

DAFTAR PUSTAKA

- Al Hakim, R., Mustika, I., & Yuliani, W. (2021). Validitas Dan Reliabilitas Angket Motivasi Berprestasi. *FOKUS (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan)*, 4(4), 263.
- Astuti, alfira mulya. (2016). *Statistika Penelitian* (M. A. & N. Imtihan (ed.); Pertama). Insan Madani Publishing Mataram.
- Chrisandi, N. P. (2014). Hubungan Citra Merek Dan Kualitas Pelanggan Dengan Loy Alit As Pelanggan Prod Uk Apple. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 3(1), 1–11.
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. ., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan smartphone dalam menunjang aktivitas perkuliahan oleh mahasiswa fispol unsrat manado. *E-Journal "Acta Diurna,"* 6(1), 1–15.
- Delgado-Ballester, Elena, Jose Luis Munuera-Aleman, and M. J. Y.-G. (2003). Development and Validation of a Brand Trust Scale. *International Journal of Market Research*, 45(1), 1–18.
- Dewi, R. S., Rahadhini, M. D., & Suprayitno. (2019). Analisis Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Skincare Larissa Aesthetic Center Surakarta). *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 18(4), 502–510.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *Jurnal Wawasan Manajemen*, 7(1).
- Faizal Hafiz Aria Huda, Citra Savitri, & Syifa Pramudita Faddila. (2024). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Kota Karawang. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6417–6432.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). *Surabaya: Qiara Media*.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, L. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Gunawan, D. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing*. PT Inovasi Pratama Internasional.
- Gunawan, D., Pratiwi, A., Arfah, Y., & Hartanto, B. (2022). Keputusan Pembelian Skincare Safi Berbasis Media Marketing book. In *PT Inovasi Pratama*

Internasional.

- Hapsoro, B. B., & Hafidh, W. A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image on Purchasing Decisions through Brand Trust as Mediating Variable. *Management Analysis Journa*, 7(4), 631–633.
- Haque, M. G. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta*. 21(1), 31–38.
- Janna, N., & Herianto, H. (2021). Konsep uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan SPSS. *Makassar: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)*.
- Kamanda, S. V. (2023). Pengaruh Fitur Live Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Pelanggan E-Commerce Shopee. *Jurnal Al-Amal*, 2(1), 1–7.
- Kodu, S. (2013). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 1251–1259.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2004). *Principle of Marketing* (10 edition). New Jersey: Prentice Hall.
- Kustini, N. I. (2011). Experiential Marketing, Emotional Branding, and Brand Trust and Their Effect on Loyalty on Honda Motorcycle Product. *Journal of Economics, Business, and Accountancy | Ventura*, 14(1), 19–28.
- Lau, gheok theng, & Lee, sook han. (1999). Consumers ' Trust in a Brand and the Link to Brand Loyalty. *Journal of Market Focused Management*, 4(1999), 341–370.
- Lestari, B. L. S., & Septiani, E. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa di Universitas Mataram. *Alexandria (Journal of Economics, Business, & Entrepreneurship)*, 2(1), 11–18.
- Majid, N., Sunaryo, S., & Husein, A. S. (2018). Brand Satisfaction Memediasi Pengaruh Self Congruity Terhadap Brand Loyalty. *Mix: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 8(2), 228.
- Munisih, S., & Soliha, E. (2015). Prosiding Seminar Nasional & Call for Papers Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Nilai Pelanggan Dan Kepuasan Pelanggan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Apotek Dela Semarang. *Prosiding Seminar Nasional & Call for Paper. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Stikubank Semarang*, 2(1), 1–16.
- Peter, P. J., & Olson, J. C. (2010). Consumer Behavior & Marketing Strategy. In *McGraw-Hill Irwin* (9th ed).
- Pratama, K. M., & Brahmayanti, I. A. S. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Pada

- Mahasiswa/Mahasiswi Universitas 17 Agustus Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi*, 6(10).
- Ramadhan, T. S. (2020). Analisis Pengaruh Brand Equity Dan Brand Trust Terhadap Buying Decision Kamera Canon Pada Komunitas Pencinta Fotografi Di Kota Malang. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 5(1), 93.
- Rambing, G. O., Soegoto, A. S., & Loindong, S. S. R. (2023). Analisis Brand Image, Brand Trust dan Viral marketing terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 11(3), 1031–1041.
- Razak, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk terhadap. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 7(2), 7–8.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua Di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2).
- Saraswati, A. R., & Rahyuda, K. (2017). Brand Image Memediasi Kualitas Produk Dan Harga Dengan Keputusan Pembelian Smartphone Apple Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(6), 3252–3282.
- Sari, Rachman, Ronaldi, & Sanjaya. (2020). *Pengaruh Harga , Promosi Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Y.O.U. 1*(2), 122–129.
- Siregar, S. (2017). *Statistika Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Sodik, & Siyoto. (2015). Dasar Metodologi Penelitian Dr. Sandu Siyoto, SKM, M.Kes M. Ali Sodik, M.A. 1. *Dasar Metodologi Penelitian*, 83–84.
- Sugiono. (2020). Uji Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur SG Posture Evaluation. *Jurnal Keterampilan Fisik*, 5(1), 55–61.
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tasiana, R., & Adiba, F. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Smart Phone Samsung (Studi Kasus Perumahan Griya 8 Permai Bumiayu Kota Malang). *Akses : Journal of Publik & Business Administration Science*, 4(1), 38–45.
- Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran. In *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Tjiptono, F. (2014). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi.
- Watulingas, Jan, & Mandagie. (2022). *Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Price Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Maybelline Di Gerai Mantos 2 Manado*. 10(4), 659–670.
- Wolff, M., Tumbuan, W. J. F. A., & Lintong, D. C. A. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk

Smartphone Merek Iphone Pada Kaum Perempuan Milenial Di Kecamatan Tahuna. *Ekonomi Bisnis Manajemen Dan Akuntansi (EBMA)*, 10(1), 1671–1681.