

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. . (1991). *Managing Brand Equity*. The Free Press.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Apple Newsroom. (2021). Apple Reports First Quarter Results. *Newsroom*.  
<https://www.apple.com/newsroom/2021/01/apple-reports-first-quarter-results/>
- Assael, H. (1995). *Consumer Behaviour and Marketing Action* (5th Ed.). South Western Publishing.
- Azuar Juliandi, I., & Manurung, S. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. UMSU Press.
- Chardika Respatya Hendro, W. H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Diponegoro Journal of Social and Politic*, 1–8.
- Doležalová, H., Pícha, K., Navrátil, J., Veselá, M., & Švec, R. (2016). Perception of quality in decision making regarding purchase of organic food. *Quality - Access to Success*, 17(153), 86–91.
- Engel, J. F., Blackwell, R. D., & Miniard, P. W. (1995). *Perilaku Konsumen* (E. 8. J. 2 (ed.)). Binarupa Aksara.
- Eriyanto. (2015). *Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Prenada Media.
- Ezer, E., & Ghozali. (2017). Pengaruh Tingkat Pendapatan, Tarif Pajak, Denda Pajak, Dan Probabilitas Pemeriksaan Pajak Terhadap Kepatuhan Pajak.

*Diponegoro Journal of Accounting*, 6(3), 1–13.

Firmansyah, M. A. (2018). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Deepublish.

Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek: Planning dan Strategy*. Qiara Media.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SOSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gurleen, K. (2014). Customer Satisfaction and Factors Influencing the Purchase Decisions of Notebook Computers in Punjab. *Journal of Research in Marketing*, 2(3), 205. <https://doi.org/10.17722/jorm.v2i3.76>

Handoko, T. H. (2000). *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi* (Ed.1\_Cet.1). BPFE.

He, Y., Zou, D., & Jin, L. (2010). Exploiting the goldmine: A lifestyle analysis of affluent Chinese consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 27(7), 615–628. <https://doi.org/10.1108/07363761011086362>

Igir, F., Tampi, J., & Taroreh, H. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis, Universitas Sam Ratulangi (S4)*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>

Kadir, & Djaali. (2015). *Statistika Terapan: KOnsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.

- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Mill). PT. Prenhallindo.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan* (Edisi 10.). Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2001). *Marketing: An Introduction (Third Edition)*. Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2006). *Principles of Marketing 11th Edition*. Pearson Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2007). *Dasar-dasar Pemasaran* (Edisi Kese). PT. Indeks.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Principles of Marketing (14th edition)*. Pearson Education.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Manajemen Edisi 14, Jilid 1*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2007). *Manajemen Pemasaran* (Edisi Kedu). Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran. Terjemahan Bob Sabran* (Edisi ke 1). Erlangga.
- Kumar, G. R. (2014). Purchase Decision Of Indian Consumers: The Factors Of Attraction While Purchasing Car. *Studies in Business and Economics*, 9(3), 29–42.

- Kuncoro, M. (2009). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Erlangga.
- Lin, N.-H., & Lin, B.-S. (2007). The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount. *Journal of International Managements Studies*, 121–132.
- Lingkan, M. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile It Center Manado. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, Vol.16(No.01), 493–502.  
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913>
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Salemba Empat.
- Martínez, E., & de Chernatony, L. (2004). The effect of brand extension strategies upon brand image. *Journal of Consumer Marketing*, Vol 21 No, 39–50.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2001). *Akuntansi Manajemen. Edisi Kelima. Jilid I*. Erlangga.
- Mowen, J. C., & Minor, M. (2002). *Perilaku Konsumen*. Erlangga.
- Nabhan, F., & Kresnaini, E. (2005). Faktor-Faktor yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Konsumen dalam Melakukan Pembelian pada Rumah Makan di Kota Batu. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 6, 425–430.
- Novak, T. P., & MacEvoy, B. (1990). On comparing alternative segmentation schemes: the list of values (LOV) and values of life style (VALS). *Journal of Consumer Research*, Vol. 17 No, 105–109.
- Oladepo, O. I., & Abimbola, O. S. (2015). The influence of brand image and

promotional mix on consumer buying decision-a study of beverage consumers in Lagos State, Nigeria. *British Journal of Marketing Studies*, 3(4), 97–109.

Pangestu, S. D., & Suryoko, S. (2016). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis (S3)*, 5(4), 519–530.

Peter, J. P., & Olson, J. C. (2000). *Consumer Behavior. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Jilid 2 Edisi 4. Terjemahan: Damos Sihombing*. Erlangga.

Plummer, J. T. (1974). The concepts and application of life style segmentation. *Journal of Marketing*, Vol. 38 No, 33–37.

Prasetyaningsih, E., & Fistiani Sukardiman, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tas Branded Tiruan Pada Wanita Karir Di Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis (S4)*, 1.

Rangkuti, F. (2009). *The Power of Brand*. PT. Gramedia Pustaka Utama.

Riduwan, M. B. ., & Sunarto, M. S. (2015). *Pengantar Statistika untuk Penelitian: Pendidikan, Sosial, Komunikasi, Ekonomi, dan Bisnis*. Alfabeta.

Santoso. (2012). *Statistika Hospitalis*. Deepublish.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Consumer Behavior 6th edition*. Prentice Hall.

Setiawan, H. Y., & Alwie, A. F. (2019). Peran Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dan Loyalitas Merek Pada Pengguna Smartphone Merek Apple di Kota Pekanbaru. *Jurnal Tapak Manajemen Bisnis*, XI(2), 258–271.

- Shiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Consumer Behavior 7th Edition*. PT. Indeks.
- Siagian, D., & Sugiarto. (2006). *Metode Statistka untuk Bisnis dan Ekonomi*. Gramedia Pustaka Umum.
- Simamora, B. (2003). *Aura Merek*. PT. Ikrar Mandiri Abadi.
- Stanton, J. W. (2007). *Fundamentals of Marketing*. Erlangga.
- Sudaryanto, S., Subagio, N. A., Awaliyah, I. N., Wulandari, D., & Hanim, A. (2019). Influence of brand image, price and promotion on consumer's buying decision of fast moving consumer's goods with culture as a moderating variable in basmallah retail store in Indonesia. *International Journal of Scientific and Technology Research (Q4)*, 8(3), 85–92.
- Sugihartati, R. (2010). *Membaca, Gaya Hidup dan Kapitalisme*. Graha Ilmu.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Adminitrasi dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulistyawati, P. (2011). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer diKota Semarang. *Manajemen*, 1–25.
- Suryani. (2017). *Metode Riset Kuantitatif*. Prenada Media.

Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Penerbit Andi.

Tjiptono, F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Andi.

Waluya, A. I., Iqbal, M. A., & Indradewa, R. (2019). How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers. *International Journal of Services, Economics and Management* (Q4), 10(2), 177–193.  
<https://doi.org/10.1504/IJSEM.2019.100944>

Wells, W. D. (1974). Life style and psychographics: definitions, uses, and problems, in Wells, W.D. (Ed). *Life Style and Psychographics*, American Marketing Association, Chicago, IL, 317–363.

Wilhemus, B. B. (2006). *Manajemen Pemasaran Global Jilid 2*. Prehalindo.

