

Daftar Pustaka

- brama kumbara, v. (2021). determinasi nilai pelanggan dan keputusan pembelian: analisis kualitas produk, desain produk dan endorse. *jurnal ilmu manajemen terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5.568>
- fatmawati, d., triastity, r., sunarso,), program,), manajemen, s., ekonomi, f., slamet, u., & surakarta, r. (2017). pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kepercayaan sebagai variabel intervening (survei pada konsumen lumbung batik surakarta). *jurnal ekonomi dan kewirausahaan*, 17(2), 317–329.
- hidayatullah, s., tiyas, s. w., alvianna, s., sugaha, a. z., & rachmawati, i. k. (2021). peran mediasi brand images pada hubungan antara social media marketing dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi pada wisatawan yang berbelanja di krisna toko oleh- oleh khas bali). *pariwisata pesona*, 04(1), 1–10.
- jasmani, j., & sunarsi, d. (2020). the influence of product mix, promotion mix and brand image on consumer purchasing decisions of sari roti products in south tangerang. *pinisi discretion review*, 1(1), 165. <https://doi.org/10.26858/pdr.v1i1.13409>
- khakim, m. l. (2015). *pengaruh harga, citra merek, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian iphone di kota semarang muhammad luthfi khakim. september 2014*, 1–18.

kotler, p. & kevin lane keller. (2020). *marketing management* (15th ed.).

kuspriyono, t. (2018). pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian apartemen meikarta. *cakrawala*, xviii(1), 59–66.

luthfianto, d., & suprihhadi, h. (2017). pengaruh kualitas layanan dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian cafe jalan korea. *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 6(2), 1–18. ejurnal.gunadarma.ac.id

muhammad khoirul, ayun maduwinarti, a. p. (2020). pengaruh citra merek, desain produk, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk persebaya store di surabaya. *dinamika administrasi bisnis untag*, 1–7. <file:///c:/users/a46cb/downloads/documents/4060-11483-1-sm.pdf>

nasution, a. p., & ramadhan, d. a. (2019). effect of competitive prices, completeness of products, and locations on consumer purchasing decisions at metro electronics & furniture rantaupraptat. *ssrn electronic journal*, july. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3412703>

nguyen, n.-l., tran, t.-t., & vo, m.-p. (2020). the effect of lifestyle, brand image and personalities on smartphone purchase decision of consumers in hochiminh city. *international journal of innovative science and research technology*, 5(3), 481–492. www.ijisrt.com

pratama, d. w., & santoso, s. b. (2018). *pengaruh citra merek , kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan konsumen pada produk stuck original*. 7, 1–11.

reven, d., & ferdinand, t. (2017). analisis pengaruh desain produk, kualitas produk, harga kompetitif, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *diponegoro journal of management*, 6(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/management>

selvie, y. t., & sujana. (2018). the influence of hedonic shopping motivation , impulsif buying , and lifestyle on purchase decisions the influence of hedonic shopping motivation , impulsif buying , and lifestyle on purchase decisions. *international journal of research and review*, 8(11), 181–183.

setyaningsih, d. k. (2020). pengaruh citra merek, gaya hidup hedonis dan harga terhadap keputusan pembelian jilbab rabbani (studi pada santriwati pondok pesantren ma'had mambaul qur'an munggang bawah di wonosobo). *journal of economic, business and engineering (jebe)*, 1(2), 311–318. <https://doi.org/10.32500/jebe.v1i2.1226>

somantri, b. (2020). pembelian produk iphone (studi kasus pada siswa dan siswi sman 3 kota sukabumi). 3(april), 1–10.

suryani, n. i., & batu, r. l. (2021). pengaruh kualitas produk, ekuitas merek dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota bogor. *journal of management*, 4(2), 254–272. <https://doi.org/10.37531/yume.vxix.787>

susanti, d. (2017). pengaruh kualitas produk terhadap minat konsumen dalam membeli produk tupperware pada perumahan griya tika utama pekanbaru. *menara ekonomi*, 3(5), 1–10. jurnal.umsb.ac.id

tawas, h., & pandensolang, j. (2015). pengaruh diferensiasi, kualitas produk dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian coca-cola pada pt. bangun wenang beverages company di manado. *jurnal emba*, 3(3), 1113–1124.

tjiptono, f. (2015). *strategi pemasaran*,. andi offset.

varshney, s., & aulia, s. (2017). the impact of advertising on consumer purchase decision with reference to consumer durable goods in oman. *international journal of managerial studies and research*, 5(12), 11–19.

<https://doi.org/10.20431/2349-0349.0512002>

wulandari, dyah p. (2017). *program studi manajemen fakultas ekonomi universitas nusantara pgri kediri 2017*. 01(05), 1–16.

zannah, d. a. m. (2022). pengaruh citra merek, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone merek iphone (studi kasus terhadap generasi z kota surabaya). *jurnal ilmu dan riset manajemen*, 11(7).

<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4726>

