

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. Free Press.
- Alfianto, R (2023, 16 September). Survei Ungkap Lama Pakai Smartphone di Indonesia Rata-rata Kurang dari Tiga Tahun. *JawaPos.com*. <https://www.jawapos.com/gadget/012968575/survei-ungkap-lama-pakai-smartphone-di-indonesia-rata-rata-kurang-dari-tiga-tahun>
- Amelia, P. (2023). Pengaruh Citra merek terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Iphone pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area [Skripsi, Universitas Medan Area]
- Anwar, I. C. (2024, Mei 7). *Ketahui perbedaan iOS dan Android, mana yang lebih baik?*. Tirto. Diakses dari <https://tirto.id/kenali-perbedaan-ios-dan-android-mana-yang-lebih-baik-gYrb>
- Arum, L. S., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Karakteristik generasi Z dan kesiapannya dalam menghadapi bonus demografi 2030. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59-72. <https://doi.org/10.62108/asrj.v2i1.5812>
- Apple Inc. (2024). *Situs resmi*. Diakses pada 5 Desember 2024, dari <https://www.apple.com>
- Apriyani, T. (2019, Desember 17). *Cara Apple menjaga kekuatan brand value*. Suara. Diakses dari [https://yoursay.suara.com/news/2019/12/17/180621/cara-apple-menjaga-kekuatan-brand-value#goog\\_rewarded](https://yoursay.suara.com/news/2019/12/17/180621/cara-apple-menjaga-kekuatan-brand-value#goog_rewarded)
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan Validitas* (4th ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian Psikologi* (2nd ed.). Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Azwar, S. (2021). *Penyusunan Skala Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Caroline, O., & Brahmana, R. K. M. R. (2018). Pengaruh brand image terhadap brand loyalty melalui brand satisfaction pada merek IMAParts. *AGORA*, 6(1), 1-10.
- Charamulloh, A. D. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness dan brand trust terhadap Brand Loyalty: Studi pada Perusahaan Provider Digital By.U [Skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]
- Cho, E. and Fiore, A.M. (2015), "Conceptualization of a holistic brand image measure for fashion-related brands", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 32(4), 255-265.
- Cho, E., Fiore, A. M., & Russell, D. W. (2015). Validation of a fashion brand image scale capturing cognitive, sensory, and affective associations: Testing its role in an extended brand equity model. *Psychology & Marketing*, 32(1), 28-48. <https://doi.org/10.1002/mar.20762>
- Daeng, I. T. M., Mewengkang, N. N., & Kalesaran, E. R. (2017). Penggunaan Smartphone Dalam Menunjang Aktivitas Perkuliahan Oleh Mahasiswa Fispol Unsrat Manado. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15482>

- Dirwan, & Zaenal, F. R. (2022). Keputusan pembelian Apple iPhone melalui citra merek, harga, dan gaya hidup. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, 8(2), 192. <https://doi.org/10.35906/jurman.v8i2.1235>
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. Retrieved from <https://www.pewresearch.org>.
- Fadillah, I. N., & Nasir, M. (2023). Analisis Pengaruh *Brand Image*, *Brand Resonance*, dan *Brand Trust* Terhadap *Brand Loyalty* Produk Sepatu Converse pada Mahasiswa Soloraya. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(2), 339–351. <https://doi.org/10.32534/jv.v18i2.4297>
- Faizaty, E., Abror, N., Rilantiana, R., Nugraheni, R., & Nurdiyanti, L. D. (2023). *The influence of brand image and brand trust on brand loyalty Starbucks coffee shop*. GARCOMBS. Tim Media UIIS.
- Fitriana, A., & Kurniasih, N. (2021). Prestasi belajar mahasiswa: Studi mahasiswa PAI yang aktif berorganisasi di IALIG Cilacap. *Jurnal Tawadhu*, 5(1), 44-56.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Giddens, N. (2002). *Brand Loyalty*. Missouri Value-added Development Center, University of Missouri.
- Gunawan, A. M. (2015). *Statistik Penelitian Bidang Pendidikan, Psikologi, dan Sosial*. Yogyakarta: Parama Publishing.
- Hami, A.L., & Sidik, A. A. (2017). Studi komparasi self-esteem pengguna iPhone dan bukan pengguna iPhone pada remaja. *PSYMPATHIC: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 4(2), 183–192. <https://doi.org/10.15575/psy.v4i2.1347>
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu.
- Harris, L. C., & Goode, M. M. H. (2004). *The four levels of loyalty and the pivotal role of trust: A study of online service dynamics*. *Journal of Retailing*, 80(2), 139-158. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2004.04.002>
- Harnis, R. (2024, April 28). *Ini bedanya sistem operasi Android dan iOS*. OLX. Diakses dari <https://www.olx.co.id/news/ini-bedanya-sistem-operasi-android-dan-ios/>
- Haryono, A., & Elistia. (2020). Analisis pengaruh citra merek (brand image) terhadap loyalitas konsumen Apple iPhone. *JCA Ekonomi*, 1(2), 383.
- Hasmayni, B., & Lumbanbatu, J. S. (2019). Gambaran lifestyle pada mahasiswa fakultas psikologi pengguna iPhone di Universitas Medan Area. *Jurnal Tekesnos: Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial*, 1(1), 9.
- Hulukati, W., & Djibrin, M. R. (2018). Analisis tugas perkembangan mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Bikotetik*, 2(1), 73-114.
- Hokky, L. A., & Bernarto, I. (2021). *The Role of Brand Trust and Brand Image on Brand Loyalty on Apple iPhone Smartphone Users in DKI Jakarta*. *Journal of Management*, 12(1), 474-482. <https://doi.org/10.35335/enrichment.v12i1.250>
- Juraman, S. R. (2014). Pemanfaatan smartphone Android oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi dalam mengakses informasi edukatif (Studi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat). *Journal*, 3(1).

- Kamus Pusat Bahasa . (2008). *Kamus bahasa Indonesia* (Tim penyusun). Pusat Bahasa.
- Karunika, A. M. C., & Rusdianto, Y. (2023). Factors that influence brand loyalty in Skintific consumers. *Jurnal Manajemen (Edisi Elektronik)*, 14(2), 249–263. <https://doi.org/10.32832/jm-uika.v14i2.14178>
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1–22.
- Kim, H. Y. (2013). Statistical notes for clinical researchers: assessing normal distribution (2) using skewness and kurtosis. *Restorative dentistry & endodontics*, 38(1), 52-54. <https://doi.org/10.5395/rde.2013.38.1.52>
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lemeshow, S., et al. (1990). *Adequacy of Sample Size in Health Studies*. USA : Wiley
- Mabkhot, H. A., Shaari, H., & Salleh, S. M. (2017). The influence of brand image and brand personality on brand loyalty, mediating by brand trust: An empirical study. *Jurnal Pengurusan*, 50, 71-82. <https://doi.org/10.17576/pengurusan-2017-50-07>
- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif* (Cetakan ke-3). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Manalu, D., Simangunsong, R. M. B., & Siregar, D. N. S. I. (2024). Analisis faktor-faktor pendorong terhadap keputusan pembelian iPhone pada generasi Z di kalangan mahasiswa di Medan. *JIIIP: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(3), 3120–3126. <https://doi.org/10.2614-8854-3120-2024>
- Marconi, 1993Marconi, Joe. 1993. *Beyond Branding*. Chicago: Probus Publishing Company.
- Mowen, J.C. (1988), "Beyond Consumer Decision Making", *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 5 No. 1, pp. 15-25. <https://doi.org/10.1108/eb008214>
- Mukhlis, M., Salsabila, A. L., Khumaira, L., Khairani, K., Fitria, A. D., ... & Manik, H. F. (2022). Identifikasi generasi milenial golongan Z di Desa Tuntungan II Kecamatan Pancur Batu. *PENDIS: Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 1(1).
- Murairwa, S. (2015). Voluntary Sampling Design. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences*, 4(2), 185-200.
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. A. (2021). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian smartphone iPhone. *Forum Ilmiah*, 18(2).
- Oliver, R. L. (1997). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. New York: Irwin/McGraw-Hill,
- Oliver, R. L. (1999). Whence Consumer Loyalty?. *Journal of Marketing*, 63(4), 33–44. <https://doi.org/10.1177/00222429990634s105>
- Putri, A. D., & Susanti, R. (2022). Citra Diri Mahasiswa dalam Pemilihan Merek Teknologi: Studi Kasus di Universitas Jakarta. *Jurnal Psikologi Sosial*, 18(2), 34-47.



- Ratri, L. E. (2007). Hubungan antara citra merek (*brand image*) operator seluler dengan loyalitas merek (*brand loyalty*) pada mahasiswa pengguna telepon seluler di fakultas ekonomi reguler Universitas Diponegoro Semarang. (*Skripsi*). Semarang: Fakultas Psikologi. Universitas Diponegoro.
- Roberts, K. (2005). *Lovemarks: The future beyond brands (2nd ed.)*. New York: Powerhouse Books.
- Rodiques, Y., & Rahanatha, G. B. (2018). Peran brand trust memediasi hubungan brand image dengan brand loyalty (Studi pada konsumen iPhone di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen Unud*, 7(3), 1310-1338. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p07>
- Sakitri, G. (n.d). What is Gen Z. *Mckinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/featured-insights/mckinsey-explainers/what-is-gen-z?stcr=8155121DBC3B4C1F8E38EEDB643F0411&cid=other-eml-altmipmck&hlkid=b70098094857440fbcc4d5483ecc8622&hctky=13262851&hdpid=7c8b3d5e-f9f9-42af-b75b-0b4e13c8ed98>
- Sari, P. I., & Gautama, M. I. (2021). Kepemilikan iPhone bekas sebagai personal branding di kalangan mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial UNP. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4(3), 484–495. <https://doi.org/10.24036/perspektif.v4i3.495>
- Semuel, H., & Putra, R. S. (2018). *Brand experience, brand commitment, dan brand loyalty* pengguna Apple iPhone di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 12(2), 69-76. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.12.2.69-76>
- Shabrina, P. A., (2017). *Analisis Loyalitas Konsumen Brand Apple Terhadap Produk iPhone di Surabaya (Studi Deskriptif Loyalitas Konsumen Remaja Generasi Z terhadap Produk iPhone di Surabaya)*. Skripsi thesis, Universitas Airlangga.
- Sihotang, H., & Murniarti, E.(2023). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: UKI Press.
- Siswoyo, D. (2007). *Ilmu Pendidikan*. Yogyakarta: UNY Press
- Sitorus, S. A., dkk., (2022). *Brand Marketing: The Art of Branding*. Media Sains Indonesia.
- Smith, J. (2020). The influence of digital technology on consumer behavior. *Journal of Digital and Social Media Marketing*, 8(1), 77-92.
- StatCounter. (2024). *Mobile Vendor Market Share in Indonesia*. [StatCounter](https://www.statcounter.com/globalstats/mobile-vendor-market-share-in-indonesia/)
- Sukiati. (2016). *Metodologi Penelitian: Sebuah Pengantar*. Medan: Manhaji.
- Supratiknya, A. (2014). *Pengukuran Psikologi (Edisi 1)*. Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma
- Tjiptono. F. (2015). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: Andi
- Top Brand Index. (2024). *Top Brand Award*. [https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi\\_year=2024&tbi\\_index=top-brand-for-teens&category=it&type=brand&tbi\\_find=iPhone](https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2024&tbi_index=top-brand-for-teens&category=it&type=brand&tbi_find=iPhone)
- Putri, E, A. Nurati, D. E., & Hindra, N. (2016). Efektivitas penggunaan smartphone dalam aktivitas belajar mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta. *Transformasi*, 30, 1-180.

- Wahyudi, E. (2022, September 16). *Pahami 8 perbedaan iOS dan Android sebelum membeli smartphone*. Fortune Indonesia. Diakses dari <https://www.fortuneidn.com/tech/eko-wahyudi/pahami-8-perbedaan-ios-dan-android-saat-digunakan-sebelum-membelinya>
- Wahyudianto, M. R., & Pahlevi, T. (2021). Analisis kendala pembelajaran daring mahasiswa program studi S1 pendidikan administrasi perkantoran. *Journal of Office Administration: Education and Practice*, 1(2), 224–234. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/joa>
- Wardhana, A. (2024). *Brand Management in the Digital Era – Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.
- What is Gen Z. (2024, 28 Agustus). *McKisney & Company*.
- Wijayanti, S., & Ahmadi, L. P. (2022). Smartphone menjadi kebutuhan primer mahasiswa dalam aktivitas perkuliahan. *Mizania: Jurnal Ekonomi dan Akuntansi*, 2(2), 190-195.
- Yolanda, (2018). Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Merek pada Pengguna Kosmetik Wardah di Kota Padang [Skripsi, Universitas Andalas].
- Yudhistira. (2024, Oktober 6). *10 kelebihan dan kekurangan iPhone dibanding Android*. Bhinneka. Diakses dari <https://www.bhinneka.com/blog/kelebihan-dan-kekurangan-iPhone/>

