

DAFTAR PUSTAKA

- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462–472. <https://doi.org/10.35870/emt.v7i2.1113>
- Amanah, D. (2011). Pengaruh Promosi dan Brand Image (Citra Produk) Terhadap Loyalitas Pembelian Produk Pepsodent di Ramayana Plaza Jalan Aksara Medan . *Keuangan & Bisnis*, 3(3), 221–233. <https://doi.org/10.17605/OSF.IO/AX5V3>
- Amelia, P. (2023). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Skripsi*. 1–89. <https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/21092/1/198600190%20-%20Putri%20Amelia%20-%20Fulltext.pdf>
- Anggraini, R. T., & Santhoso, F. H. (2019). Hubungan antara Gaya Hidup Hedonis dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja. *Gajah Mada Journal of Psychology (GamaJoP)*, 3(3), 131. <https://doi.org/10.22146/gamajop.44104>
- Anggreni, P., & Arsana, I. W. G. (2022). Preferensi Konsumen Terhadap Merek Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi (Studi Perbandingan Smartphone menggunakan Iphone S/IOS dengan Android OS). *JUIMA: Jurnal Ilmu Manajemen*, 12(1), 111-129. <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/juima/article/view/5183/3904>
- Diandini, D., & Wiyadi. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Keputusan Pembelian. *El-Mal: Jurnal Kajian Ekonomi & Bisnis Islam*, 5(5), 4014–4030. <https://doi.org/10.47467/elmal.v5i5.2317>
- Dirwan, D., & 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>
- Fatmawati, D. (2022). Faktor-Faktor Penyebab Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Factors Caused Student Lifestyle Hedonism. *Jurnal Attending*, 1(3), 463–472. <https://ojs.uho.ac.id/index.php/attending/article/view/28472>

- Fitria, A. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Surabaya. *SINOMIKA Journal: Publikasi Ilmiah Bidang Ekonomi Dan Akuntansi*, 1(4), 965–980. <https://doi.org/10.54443/sinomika.v1i4.480>
- Galingging, A. R. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Im3 pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952. https://repositori.uma.ac.id/bitstream/123456789/1951/4/128320249_file5.pdf
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23. Cetakan IX. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gule, Y. (2021). Studi Teologi-Etis Hubungan Perilaku Korupsi sebagai Dampak Sikap Hidup Hedonis. *Kontekstualita*, 36(01), 69–88. <https://doi.org/10.30631/kontekstualita.36.1.69-88>
- Handayani, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Samakoi Farm, Purbalingga. *Economics, Social and Humanities Journal (Esochum)*, 1(2), 95–110. <https://jurnal.unupurwokerto.ac.id/index.php/esochum>
- Harnadi, D., Salim, M., & Putri, S. E. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kebiasaan, Brand Image dan Komitmen Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak di Toko M.A Ternak. *Student Journal of Business and Management*, 5(1), 495–520.
- Hasibuan, M. F. (2018). Efektivitas Layanan Informasi Dengan Menggunakan Pendekatan Contextual Teaching and Learning Dalam Mengurangi Sikap Siswa Terhadap Gaya Hidup Hedonisme. *Jurnal Bimbingan Dan Konseling Ar-Rahman*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.31602/jbkr.v4i1.1252>
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya.” *Jurnal Riset Ekonomi Dan Manajemen*, 15(2), 302. <https://doi.org/10.17970/jrem.15.150207.id>
- Kasali, R. (2011). Membidik Pasar Indonesia: *Segmentasi, Targeting, dan Positioning*. Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Boston Munich: Pearson.

- Khairunnisa, Y. P. (2023). Kebiasaan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Perkembangan Kepribadian Anak. *JUBIKOPS: Jurnal Bimbingan Konseling Dan Psikologi*, 3(1), 37. <https://jurnal.umbarru.ac.id/index.php/jubikops/article/view/202>
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control. Ninth Edition*. New York: Prentice Hall, inc.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kurniawan, G. (2021). *Pengaruh Lifestyle Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone 11*. <http://repository.stieyapan.ac.id/id/eprint/110/>
- Margaretha, F., & Edwin, J. (2012). Analisa Pengaruh *Food Quality* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Ganep's Di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.1(1), hal.1-6. <https://media.neliti.com/media/publications/134151-ID-analisa-pengaruh-food-quality-dan-brand.pdf>
- Maulana, I. S. (2017). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Motor Sport Suzuki Di Kota Semarang). *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–11. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Noor, M. F., & Nurlinda, R. . (2021). SMARTPHONE IPHONE Pendahuluan. *E-Jurnal Manajemen*. <https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/download/26507/20067>
- Nur Azizah, F., & Sri Indrawati, E. (2015). Kontrol Diri Dan Gaya Hidup Hedonis Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro. *Jurnal Empati*, 4(4), 156–162. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/view/14313>
- Parmitasari, R. D. A., Alwi, Z., & S., S. (2018). Pengaruh Kecerdasan Spiritual dan Gaya Hidup Hedonisme terhadap Manajemen Keuangan Pribadi Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 5(2), 147. <https://doi.org/10.24252/minds.v5i2.5699>
- Pratiwi, N. R., & Tjahjaningsih, E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Toko Hijab Nadya Collection

- Di Semarang). *Proceeding SENDIU* 2020, 510–5118.
<https://www.unisbank.ac.id/ojs/index.php/sendiu/article/view/8029>
- Pujianto, D. (2022). Pengaruh Brand Image Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *JUEB : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 1–11.
<https://doi.org/10.55784/jueb.v1i3.202>
- Pulungan, D. R., Koto, M., & Syahfitri, L. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis Dan Kecerdasan Emosional Terhadap Perilaku Keuangan Mahasiswa. *Seminar Nasional Royal (SENAR)*, 9986(September), 401–406. <https://jurnal.stmikroyal.ac.id/index.php/senar/article/view/209>
- Putri, D., Pratiwi, N. M. I., & Mulyati, A. (2024). Pengaruh Brand Experience Dan Brand Image Terhadap Keinginan Konsumen Untuk Membayar Harga Premium Pada Pembeli Iphone Di Wilayah Jawa Timur. *GEMAH RIPAHA: Jurnal Bisnis*, 4(02), 6–22.
<https://doi.org/10.69957/grjb.v4i02.1654>
- Rangkuti, F. (2009). *Strategi Promosi yang kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rangkuti, Freddy. 2015. *The Power of Brand, Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Gramedia Pustaka Umum. Jakarta.
- Restiani Widjaja, Y., & Nurdiana, G. (2019). Kualitas Produk Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Gitar Aristone Pada Cv. Arista Bandung. *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(2), 143–148. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v9i2.23>
- Sa, I., Wahyuningrum, S. R., Fakhriyani, D. V., & Aisa, A. (2024). *Gaya Hidup Hedonis Mahasiswa : Bagaimana Kontribusi Kontrol Diri dan Konformitas Teman Sebaya ?* 5(2).
<https://doi.org/10.19105/ec.v5i2.15056>
- Saputri, D. L., & Yuniati, T. (2017). Pengaruh Gaya Hidup Hedonis, Keterlibatan Fashion dan Visual Merchandising terhadap Pembelian Impulsif. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 53(9), 1–19. <https://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/1043>
- Sari, V. A. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro. *Diponegoro University Journal Of Social And Politic, Business Administration*, 12.

<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/16738/16077>

Schiffman & Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Soleha, F., Rizal, M., & Wahyuningtiyas, N. (2024). Vol. 13. No. 01 ISSN : 2302-7061. *E-Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 627–638.
<https://jim.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/view/24974>

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi III. Andi. Yogyakarta.

Trimartati, N. (2014). Studi Kasus Tentang Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Angkatan 2011 Universitas Ahmad Dahlan. *PSIKOPEDAGOGIA Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 3(1), 20. <https://doi.org/10.12928/psikopedagogia.v3i1.4462>

Wijayanti, S. D., & Prasetya, H. (2024). *Smartphone Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*. 1–10.
<https://erepository.uwks.ac.id/17293/11/Jurnal%20IMKA%20Septiana%20Dwi%20Wijayanti%20.pdf>