

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar Siregar, M., & Maganda Saragih, N. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphonemerek Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Potensi Utama Medan). *Journal of Creative Student Research*, 1(1), 392–401. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i1.1167>
- Aprilya Lestarie, N., Budianto, A., & Haris ekoPrabowo, F. (2020). Pengaruh Perceived Ease of Use Dan Perceived Usefulness Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 13(2), 194–200.
- Bancoro, J. C. (2024). Exploring the Influence of Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use on Technology Engagement of Business Administration Instructors. *International Journal of Asian Business and Management*, 3(2), 149–167. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v3i2.8714>
- Cohen, J. (1992). A Power Primer. *Psychological Bulletin [PsycARTICLES]*, 112(July), 155–159. <http://www2.psych.ubc.ca/~schaller/528Readings/Cohen1992.pdf>
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Adnyana, I. M. D. M., Prasetyo, B., Vianitati, P., & Gebang, A. A. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif* (S. T. Tambunan (ed.)). Media Sains Indonesia.
- Dewi, I. S., & Prasajo, E. (2024). Pengaruh Diferensiasi, Prestise, dan Performa Sistem Operasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone di Kabupaten Magelang. *Journal of Economics, Accounting and Management (JEBAM)*, 2(2), 157–174.
- Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)* (Q. Media (ed.)). CV. Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, I., & Kusumadewi, K. A. (2023). Partial Least Squares Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris edisi 2. In *Badan Penerbit Universitas Diponegoro*.
- Handayani, E. D., & Kurnianingsih, H. (2021). Pengaruh Gaya Hidup, Fitur, Desain Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Manajemen Dewantara*, 5(2), 152–161. <http://jurnal.ustjogja.ac.id>
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., Nurjaya, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi*. Pascal Books.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). Principles Of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *A Framework For Marketing Management* (6th ed.). Pearson.

- [illegible]

- Interest. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 27(2), 125–152.
<https://doi.org/10.24914/jeb.v27i2.11842>
- Sihotang, H. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Pusat Penerbitan dan Pencetakan Buku Perguruan Tinggi Universitas Kristen Indonesia Jakarta*.
<http://www.nber.org/papers/w16019>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Gheta, A. P. K., Wardhana, A., Nugraha, K. S. W., Hendrayani, E., Susanto, P. C., Primasanti, Y., & Ulfah, M. (2022). Brand Marketing: the Art of Branding. In A. Sudirman (Ed.), *Cv. Media Sains Indonesia* (Issue January). Media Sains Indonesia.
- Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). *Cakrawala Repositori IMWI*, 3(1), 1–10. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v3i1.35>
- Subu, T. E., Tumbel, T. M., & Punningdoong, A. Y. (2023). Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di It Center Kota Manado. *Productivity*, 4(2), 281.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Alfabeta.
- Timbowo, D. (2016). Manfaat Penggunaan Smartphone Sebagai Media Komunikasi (Studi pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi). *E-Journal "Acta Diurna,"* V(2), 1–13.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/11719>
- Tjiptono, F. (2019). STRATEGI PEMASARAN: Prinsip & Penerapan. In *UKEssays*.
<https://www.ukessays.com/essays/marketing/starbucks-international-entry-methods-marketing-essay.php>
- Wahyuningrum, T., & Pratiwi, A. (2025). Pengaruh Brand Image , Fitur Produk Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone (Survei Pengguna Produk Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Slamet Riyadi). 8(2), 324–334.
- Wang, J. chun, Hsieh, C. Y., & Kung, S. H. (2022). The impact of smartphone use on learning effectiveness: A case study of primary school students. In *Education and Information Technologies* (Vol. 28, Issue 6). Springer US.
<https://doi.org/10.1007/s10639-022-11430-9>
- Widodo, S., Tumanggor, R., & Jaenudin, J. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone di Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa (JIMAWA)*, 3(1), 25. <https://doi.org/10.32493/jmw.v3i1.29447>

Yuliza. (2019). *Pengaruh Merek, Harga, Dan Fitur Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Saintek UIN Sumatera Utara)*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.