

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Phillip dan Gary Amstronng. 2001. “*Prinsip-Prinsip Pemasaran, jilid 2, edisi ke-8*”, Jakarta : Erlangga.
- Wardhana, L. (2013). *Technopreneur*. Elex Media Komputindo.
<http://www.pendidikanekonomi.com/2012/10/pengertian-keputusan-pembelian-konsumen.html>
- Kotler dan Keller, 2008, “*Manajemen Pemasaran, Jilid 2, Edisi 12*”. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, Jilid 1*, PT. Indeks, Jakarta.
<https://www.kajianpustaka.com/2014/03/keputusan-pembelian.html>
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks. Kelompok Gramedia
- Armstrong, dan Kotler, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran, Jilid 1*, Edisi Kesembilan, Jakarta : Penerbit PT. Indeks Gramedia.
<http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>
- Basu, Swastha Dharmmesta dan T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE- Yogyakarta
<https://kumpulanskripsiekonomi.blogspot.com/2017/05/pengertian-keputusan-pembelian-menurut.html>
- Basu, Swastha Dh dan Irawan. 1983. *Management Pemasaran Modern*,. Edisi Dua, Yogyakarta : Liberty.
- Basu, Swastha, & Irawan, 2001, *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta : Liberty
- Widhiarta, I. G. T. E., & Wardana, M. (2015). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Iphone di Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(4).
- Ramadhan, Y., Ariyanti, M., & Sumrahadi, S. (2017). Pengaruh Brand Equity Terhadap Proses Keputusan Pembelian Smartphone: Studi Pada Pengguna Apple Iphone Di Kota Bandung. *eProceedings of Management*, 4(1).
- Dharma, N. P. S. A., & Sukaatmadja, I. P. G. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10).
- Elvara, M., Arifin, R., & Hufron, M. (2019). PENGARUH BRAND IMAGE, BRAND ASSOCIATION, WORD OF MOUTH DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE APPLE. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(2).
- Widiatmoko, G., & Hadi, S. P. (2016). Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 5(4), 181-190.



<http://pengertianharga.blogspot.com/2016/03/pengertian-harga-menurut-para-ahli.html>

<https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>

<https://www.spssindonesia.com/2014/02/analisis-regresi-multipes-dengan-spss.html>

[https://www.academia.edu/7277830/Perkembangan Smartphone dan Sejarah Berdiri Apple.inc by Gadgetfrontal.com](https://www.academia.edu/7277830/Perkembangan_Smartphone_dan_Sejarah_Berdiri_Apple.inc_by_Gadgetfrontal.com)

<https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/01/083000665/hari-ini-dalam-sejarah--apple-inc-didirikan-bagaimana-awal-mulanya-?page=all>

<https://www.macworld.co.uk/feature/iphone/iphone-vs-android-market-share-3691861/>

<http://tinjauanpustakadisertasi.blogspot.com/2013/08/instrumen-dan-metode-pengumpulan-data.html>