

DAFTAR PUSTAKA

- Putra, Indra. (2017). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
- Maharani, Estu. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.Com. Universitas Persada Indonesia.
- Harianja. Sitompul. Husna. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Politeknik Negeri Medan). Politeknik Medan.
- Z, Syafaruddin. Suharyono. Kumadji. (2016). Pengaruh Komunikasi Electronicword Of Mouth Terhadap Kepercayaan (Trust) Dan Niat Beli (Purchase Intention) Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survey Pada KonsumenOnline Shopping Zafertech.Com). Universitas Brawijaya Malang.
- Putri, Dwi Yulianda. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Akbar. Lubis. Listyorini. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pemilik Iphone (Studi Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro. Universitas Diponegoro Semarang.
- Adyanti, Nurul. (2020). Studi Naratif Ekuitas Merek Iphone Terhadap Kepercayaan Diri Sheeple Mahasiswa Universitas Hasanuddin. Universitas Hasanuddin. 15 november 2023, 12.31 pm.
- Annur, Cindy Mutia. (2023). Terus Bertambah, Jumlah iPhone yang Aktif Secara Global Capai 1,33 Miliar Unit pada 2022. Databoks.katadata.co.id diakses 15 November 2023, pukul 12.39 pm
- Yuliantari, K., Widayati, K. (2020). Kualitas Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT ABC. Universitas Bina Sarana Informatika.
- Napik, A., Qomariah, N., Santosa, B., (2018). Kaitan Citra Merek, Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Blackberry. Jurnal Penelitian Ipteks Vol.3 No. 1 Januari 2018 p-ISSN:2459-9921E-ISSN:2528- 057 HAL: 73-8. Universitas Muhammadiyah Jember.
- Wulandari, R., Iskandar, D., (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIATVVol.3, No.1 Februari 2018: 11-18P-ISSN 2527– 7502 E-ISSN 2581-2165.

- Arifin, Adyatma. (2012). Pengaruh Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pasta Gigi Pepsodent Di Kota Makassar. Universitas Hasanuddin Makassar.
- Santika, Willy. (2017). Analisis Pengaruh Brand Image Dan User Image Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Di Bandar Lampung. Informatics & Bussiness Institute Darmajaya Bandar Lampung.
- Pradhana, D., Hudayah, S., Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga Kualitas Produk dan Citra Merek Brand Image. Universitas Mulawarman Samarinda. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA> Volume 14 (1) 2017, 16-23
- Widy, Astuti. (2022). Pengaruh Brand Image Terhadap Minat Peserta Didik Melanjutkan Pendidikan Di Perguruan Tinggi (Penelitian pada peserta didik kelas XI IPS SMA PGRI 1 Bandung). Universitas Pasundan Bandung.
- Kresna, Mahadika Wira. (2019). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pengguna Iphone Di Kota Malang). Universitas Brawijaya.
- Damayanti, Riska Ayu Melinda. (2017). Hubungan Penggunaan Gadget Dengan Pencapaian Tugas Perkembangan Anak Usia Remaja Awal Sdn Di Kecamatan Godean. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Atmodjo, Giovanni Evangelista. (2015). Preferensi Konsumen Terhadap Merek Smartphone Berdasarkan Sistem Operasi. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Manalu, Meilan Alvonita. (2021). Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Kristen Indonesia). Universitas Kristen Indonesia Jakarta.
- Fatmawati, N., Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic “Honda”. Jurnal Manajemen
- Teori dan Terapan Tahun 10. No. 1, April (2017), Universitas Stikubank.
- Abdullah, Muhammad Qadaruddin. (2013). Teori Komunikasi Media Massa.
- Qortubi, M., (2020). Pengaruh Gaya Hidup (Lifestyle) Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Toko Riyadinal Hamzah Store Kota Jambi). Universitas Batanghari.
- Hardian, Christofel Rinaldo. (2012). Motivasi Khalayak Untuk Menonton Program Acara Pas Mantab (Studi Deskriptif Kualitatif Motivasi Warga Jogoyudan Terhadap Program Acara Televisi “Pas Mantab” di Trans7). Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Pratama, Yanuar Ramadhan. (2019). Efektivitas Aplikasi Siprakastempra Terhadap Pelayanan Pkl Di Smk Muhammadiyah Prambanan Sleman. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Marfuah, Anggun. (2024). Gaya Hidup Konsumtif Generasi Z Dalam Prespektif Al-Qur’an (Kajian Tafsir Kementerian Agama Republik Indonesia). Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
- Ahsan. (2024). UMR Jogja 2024: Kota Yogyakarta hingga Gunungkidul. Infindid.id. (diakses pada Jumat, 8 November 2024, 4.03 am).
- Kusnandar, Viva Budy. 2021. Jumlah Penduduk DI Yogyakarta Menurut

- Kabupaten/Kota (2020). *Katadata.co.id*.
- Santika, Erlina F. 2023. Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka. *Katadata.co.id*.
- Tjiptono, F. (2015). Strategi pemasaran edisi 4. *Yogyakarta: Andi Offset*.
- Rosalia, Dian. (2025). Strategi Komunikasi Digital dalam Pemasaran: Studi Peran Media Sosial dalam Keputusan Pembelian Konsumen. *Jakarta: STIKOM Interstudi Jakarta*.
- Lokasari, Renita Dewi. (2024). Pengaruh Konten *Review Channel* Youtube *GadgetIn* Terhadap Minat Beli *Smartphone* Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 UIN SUSKA Riau. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim.
- Prida, Ade. (2024). Pengaruh Terpaan Konten Pada Akun Tiktok @tenuedeattire Terhadap Minat Beli Produk (Studi Pada Pengikut Akun Tiktok @tenuedeattire). Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta.
- Iswani, Yeyen. (2019). Pengaruh Menonton Program “*I Look*” Di NET TV Terhadap Pengetahuan *Fashion* Siswa Jurusan Tata Busana SMKN 04. UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Anderson, M. (2020). Technology use among different generations. Pew Research Center.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse From Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, 14(04), 121-137. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>
- Zhang, S. (2021). Algorithmic Content Curation and Its Effects on Users: The Case of TikTok. *Journal of Communication Technology*, 5(2), 45–60.