

DAFTAR PUSTAKA

- Abukhalifeh, A. N., & Som, A. P. (2015). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *AENSI Journals*.
- Aaker, D. (2012). *Building strong brands*. The Free Press.
- Alfarizi, M. R., Sissah, S., & Rahma, S. (2025). Pengaruh Harga, Selera, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Permintaan pada Konsumen Hot Pangsit Bar-Bar di Kota Jambi. Jambi. Retrieved from <https://ejournal.yasin-alsys.org/arzusin/article/view/7266/5471>
- Argo, M. S., Tasik, F., & Goni, S. Y. (2021). Peningkatan Pendapatan Kesejahteraan Keluarga di Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pada Penjual Makanan Di Kawasan Boulevard II Kelurahan Sindulang Dua Kecamatan Tuminting Kota Manado). *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).
- Arif, M. N., & Amalia, E. (2010). TEORI MIKROEKONOMI: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional. In M. N. Arif, & E. Amalia, *TEORI MIKROEKONOMI: Suatu Perbandingan Ekonomi Islam dan Ekonomi Konvensional* (pp. 86-87). Jakarta: Kencana.
- Ashari, N. W., Dewi, M. W., & Pardanawati, S. L. (2025). Analisis Kualitas Pelaporan Keuangan Ditinjau Dari Sistem Informasi Akuntansi, Sistem Pengendalian Internal, Dan Kompetensi Sumber Daya Manusia. 4, 769-778. doi:<https://doi.org/10.53088/jikab.v4i2.136>
- Aulia, S. R., & Wati, K. M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Gaya Hidup, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis (JAMAN)*, 84-96.
- Canalys. (2024). *iPhone 16 ban in Indonesia: what it means and why it matters*. Retrieved from Canalys: www.canalys.com
- Carolyn, A. (2020). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser Dan Product Quality Terhadap Buying Decision Serta Dampaknya Pada Satisfaction (Survei Pada Konsumen Produk Kosmetik Rossa Beauty Di Kota Pontianak). *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*.
- Counterpoint. (2025). *Global Smartphone Market Share*. Retrieved Mei 2025, from Counterpoint: <https://www.counterpointresearch.com/>
- Fadillah, T. A., Noviasari, H., & Alvionita, A. (2025). Pengaruh consumer ethnocentrism dan product knowledge terhadap brand image dan purchase intention. In *Pengaruh consumer ethnocentrism dan product knowledge*

terhadap brand image dan purchase intention (Vol. 5). PT Aksara Indo Rajawali.
doi:<https://doi.org/10.60036/jbm.799>

Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 123-137.

Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*, 1-8.

Hidayat, Z. (2016). Dampak Teknologi Digital Terhadap Perubahan Konsumsi Media Masyarakat. *Jurnal Komunikologi*, 13(2).

iBox Indonesia. (2025). Retrieved from iBox Official Store: <https://ibox.co.id/>

International Data Corporation. (2024). *Indonesia's Smartphone Market Posts Strong Recovery with 15.5% Growth in 2024, IDC Reports*. Retrieved from International Data Corporation (IDC): <https://my.idc.com/>

Izati, H., Widiyasti, B. D., Assa'ady, M. C., Jati, J., & Nirwana, B. N. (2025). Pengaruh Digital Marketing, Brand Image, dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)*, 4.

Lestari, M., & Wismantoro, Y. (2024, mARET 28). Pengaruh Brand Image, Harga, Brand Trust Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Kota Semarang. *Jurnal MENEKSI (Management Ekonomi dan Akuntansi)*, 13. doi:<https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2188>

Mansis, I. R., & Sari, L. P. (2024). Pengaruh Akuntabilitas, Electronic Word of Mouth, Brand Image, Perencanaan Keuangan Syariah Terhadap Keputusan Donasi Online pada Kitabisa.com di DKI Jakarta. *El-Jizya: Jurnal Ekonomi Islam*, 183-202.

Martianto, I. A., Iriani, S. S., & Witjaksono, A. D. (2023). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi (MEA)*, 7(3), 1370-1385.
doi:<https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3543>

Muhammad Syafi'i, A. (2011). Bank Syariah: Dari Teori Praktik. *Gema Insani*.

Oppo Indonesia. (2025). Retrieved from Oppso Official Web Site: <https://www.oppo.com/id/>

Pakanyamong, A. A., Saida, S., Yatim, H., & Amu, C. F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merk

- Sebagai Variabel Moderasi. *Agroland: Jurnal Ilmu-ilmu Pertanian*, 32. doi:doi.org/10.22487/agrolandnasional.v32i2.2354
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Aqli: Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3). doi:10.5281/zenodo.1410873
- Rivai, A., K., D. M., Fajri, I. M., & Zahra, H. (2025). Tinjauan Hukum Ekonomi Syariah terhadap Pinjaman Online Legal dan Ilegal di Indonesia. *SALSABIL : Journal of Sharia and Economic Law*, 1. doi:https://doi.org/10.51590/salsabil.v1i2.30
- Sabakodil, M. Y., & Andreas, H. H. (2024). Pengaruh Struktur Modal Terhadap Profitabilitas Perusahaan Manufaktur Tahun 2019-2022. *Owner Riset & Jurnal Akuntansi*, 377-390.
- Samsung Indonesia. (2025). Retrieved from Samsung Web Site: <https://www.samsung.com/id/>
- Sari, R., Paramita, M., & Komarudin, M. (2019). PREFERENSI EKS NASABAH BMT PAILIT TERHADAP MINAT MENABUNG PADA BMT (STUDI KECAMATAN CIAWI). *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 5. doi:https://doi.org/10.30997/jsei.v5i1.1791
- Setiawan, W. (2022). Determinan keputusan pembelian dalam penggunaan jasa pengiriman dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi (Studi kasus pada konsumen PT Tiki Jalur Nugraha Ekakurir di Kabupaten Banyumas). *ProQuest*.
- Supriyanto, I., Istiqomah, A., Hardiyanti, C. D., & Putry, S. A. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sebagai Faktor Keputusan Pembelian Iphone di Kalangan Mahasiswa/I UBSI Kampus Kalimalang. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4, 1509-1516. doi:https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i1.1777
- Susanto, D. M., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Pada Mahasiswa di Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 10, 1-15.
- Sutrisno, & Prasetyo, W. N. (2023). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Pro Quest*.
- Syah, M. A., Sari, P. N., & Azizah, B. (2025). Consumer Concern and Awareness of Organic Vegetable/Fruit Products in Modern Markets, Surabaya. *JURNAL AGROSAINS : Karya Kreatif dan Inovatif*, 10, 137-155. doi:https://doi.org/10.31102/agrosains.2025.10.1.137-155

- Wigati, S. (2011). Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 1(1), 32.
doi:doi.org/10.15642/maliyah.2011.1.1.%25p
- Wijaya, A., & Rachman, A. (2024). Pegaaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Melalui Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening. In *Pegaaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia Melalui Electronic Word of Mouth Sebagai Variabel Intervening* (Vol. 3).
doi:https://doi.org/10.47467/manbiz.v3i3.5576
- Wulandari, D. E. (2022). Berbasis Good Corporate Governance (GCG) Dengan Foreign Ownership Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perbankan di Indonesia Periode 2015-2020). In *Berbasis Good Corporate Governance (GCG) Dengan Foreign Ownership Sebagai Variabel Moderasi (Studi Pada Perbankan di Indonesia Periode 2015-2020)*. Pro Quest.
- Xiaomi Indonesia. (2025). Retrieved from Xiaomi Official Web Site Indonesia:
<https://www.mi.co.id/id/>
- Yulianti, & Maryati, T. (2023). Consumption behavior in Islam. *Indonesian Journal of Business, Accounting and Management*.
doi:https://doi.org/10.36406/ijbam.v6i02.865

