

DAFTAR PUSTAKA

- Dewi, I. S., & Prasajo, E. (2024). *Pengaruh Diferensiasi, Prestise, dan Performa Sistem Operasi terhadap Keputusan Pembelian Handphone Iphone di Kabupaten Magelang*. 2(2), 157–174.
- Eka Putri, N., & Ambardi, A. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Hedonisme Dan Promo Tanggal Kembar Terhadap Impulse Buying (Studi Kasus Pengguna Shopee Di Tangerang Selatan). *Jurnal Bintang Manajemen (JUBIMA)*, 1(3), 282–294. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1932>
- Indrawati, D. (2020). 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>
- Lalu Agus Karlan, Sri Ernawati, & Muhajirin. (2024). Pengaruh Kelompok Referensi Dan Prestise Terhadap Keputusan Pembelian Tenun Renda Di Kota Bima. *Seminar Nasional Pariwisata Dan Kewirausahaan (SNPK)*, 3(April), 480–490.
- Lestari, H. A., & Rahmawan, G. (2023). Pengaruh fanatisme, gaya hidup hedonis, dan persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian pada produk iPhone di Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 11, 129–137.
- Maghfiroh, M. I., Safia, A. R. D., Agustianingsih, D., & Kholifah, N. (2024). Pengaruh Fomodan Celebrity Endorsement terhadap Keputusan Pembelian Produk Ms Glow. *Jurnal Pemasaran Bisnis*, 6(3), 203–219. <https://journalpedia.com/1/index.php/jpb/index>
- Ningtyas, Y. P., & Fauzi, R. U. A. (2023). Pengaruh Promosi, Motivasi Hedonis, Fomo, dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Shopee di Kota Madiun. *Simba*, 5(September), 1–12.
- Nizam, F. F. (2024). Pengaruh Hedonic Lifestyle, Fear Of Missing Out (Fomo) Dan Quality Product Terhadap Keputusan Pembelian Iphone. *Institut Teknologi Dan Bisnis Ahmad Dahlan Lamongan.*, 6(2), 1–15.
- Novitasari, E., Nawangsih, N., & Robustin, T. P. (2022). Pengaruh Packaging, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Cimory Yogurt Squeeze (Studi Kasus Masyarakat Kecamatan Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 4(4), 258–266.
- Pramadani, F., & Rofiq, A. (2020). Pengaruh Materialisme, Prestise, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kafe Mewah Di Kota Malang. *Penambahan Natrium Benzoat Dan Kalium Sorbat (Antiinversi) Dan Kecepatan Pengadukan Sebagai Upaya Penghambatan Reaksi Inversi Pada Nira Tebu*, 1–14.
- Putra, D. N., Hartono, & Irdiana, S. (2022). Pengaruh Persepsi Konsumen, Prestise Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Produk Vape Di Kecamatan Senduro). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(1), 46–53
- Rahmawati, N. (2023). Analisis Pengaruh Brand, Harga, dan Prestise terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Sampit. *Keizai*, 4(1), 22. <https://doi.org/10.56589/keizai.v4i1.286>
- Rohman, N.A & Lating, A. (2024). Pengaruh Fera Of Missing Out, Kualitas Produk, Dan Halal Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Pada Mahasiswi Uin Sunan Ampel Surabaya. *Ayan*, 8(1), 32–50
- Wacono, T. D., Lukitaningsih, A., & Maharani, B. D. (2021). Pengaruh E-WoM, Peer Group dan Gaya Hidup Hedonis pada Keputusan Pembelian Filosofi Kopi Jogja. *Jurnal Bingkai Ekonomi*, 6(1), 1–14.

Wijayanti, S. D., & Prasetya, H. (2024). *Smartphone Iphone (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya)*. 1–10

