

DAFTAR PUSTAKA

- Anisa Tri Rahayu, Rayhan Gunaningrat, R. T. V. M. (2024). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop merek Asus di Tenggarong. *I-Con Media Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 7(2), 1–11. <https://doi.org/10.61509/luxicm7295>
- Ardiansyah Putra & Ugy Soebiantoro. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Richeese Factory di Surabaya. *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(8), 6245–6258. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i8.2745>
- Astuti, A. D., & Febriatmoko, B. (2023). Diferensiasi Produk, Persepsi Harga, Cita Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi*, 20(01), 10–19. <https://doi.org/10.25134/equi.v20i01.5154>
- Ammalia, N. R. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN" Veteran" Jawa Timur* (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Alkemega, S., & Ramadhan, M. F. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bandar Lampung). *Jurnal EMT KITA*, 7(2), 462-472.
- Banjarnahor, I., & Waloejo, H. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Di Kota Semarang. 12(2).
- Hanim, Y. (2023). Pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian Laptop Asus (Doctoral dissertation, UIN Syekh Ali Hasan Ahmad Addary Padangsidempuan).
- Hadi, A. V., & Prabowo, R. E. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung di Kota Semarang. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 5(1), 540-548
- Israyanti, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan

- Bisnis Islam IAIN (Doctoral dissertation, Institut agama islam Negeri (IAIN Palopo)).
- Irwan, I., & Wibowo, E. A. (2021). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen, Organisasi Dan Bisnis (Jmob)*, 1(4), 609-624
- Johan, R., & Supriyono, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Serta Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 6(1), 33. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v6i1.22623>
- Kotler, & Keller. (2019). *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 (Edisi 13). Erlangga.
- Mustofa, A. N., & Wiyadi, W. (2023). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 18(1), 136-147.
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 524-537.
- Maghsoudi, M., Bakhtiari, M., & Bakhtiari, H. (2024). Global Perspectives on Laptop Features: A Sentiment Analysis of User Preferences in Developed and Developing Countries. *IEEE Access*, 13, 9102-9119. <https://doi.org/10.1109/access.2025.3528324>.
- Putti, H. R., & Pudjoprastyono, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Carvil di Surabaya. *Jiip - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(10), 11436–11443. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i10.6052>
- Putri, A. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Jaringan dan Promosi Terhadap Pembelian Ulang Perdana Internet Indosat Ooredoo (Studi Pada Pengguna Kartu Perdanat Internet di Kecamatan Tambang). (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Ramadhani, M. F. A. (2023). Pengaruh harga produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian dengan kualitas produk sebagai variabel mediasi: Studi pada konsumen Smartwatch Xiaomi di Kota Malang (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Rumengan, G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone oppo di manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan*

Akuntansi, 10(2), 40-50..

- Sakbania Alisa, S. R. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Kalangan Pekerja. *Sneba*, Volume 3, 272–284.
- Styaningrum, A. (2021). Pengaruh citra merek, promosi, persepsi harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi pada rumah brownies maylisa). *BBM (Buletin Bisnis & Manajemen)*, 5(2), 136-147.
- Syafriandra, A., & Kusuma, K. A. (2024). Analysis of brand image, product quality and price in influencing consumer purchasing decisions for Lenovo laptop products: Analisis Citra Merek, Kualitas Produk, Serta Harga Dalam Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Produk Laptop Lenovo.
- Tukan, W., Miliani, D., Aisy, S., Nurjannah, N., & Nasruddin, N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Display dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Donatdut Kota Palopo. *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 2257-2267.
- Wardhana, A. (2024). Consumer Behavior in the Digital Era 4.0–Edisi Indonesia. *Penerbit CV. Eureka Media Aksara*.
- Yuriananda, A. V., & Mahargiono, P. B. (2023). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone Melalui Citra Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa STIESIA. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 12(4).
- Zannah, D. A. M., & Suwitho, S. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone (Studi Kasus Terhadap Generasi Z Kota Surabaya). *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 11(7).
- Zohir, M., Lutfi, L., & Satyanegara, D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk Dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Tirtayasa Ekonomika*, 19(2), 254-274.