

DAFTAR PUSTAKA

- Akhmad, K. A. (2021). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pembelian Laptop (Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK Duta Bangsa Surakarta). *Prosiding STMIK Duta Bangsa Surakarta*.
- Alma, B. (2021). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa (Edisi Revisi). Alfabeta.
- Ayumi, R. T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS. *Jurnal Ilmu Manajemen*.
- Ciswati, S., & Septayuda, I. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop. *Jurnal Menara Ekonomi: Penelitian dan Kajian Ilmiah Bidang Ekonomi*, 9(2), 61–71.
- Fitrah, F., & Fadhillah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surabaya. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 564–578.
- Garinapuri, P. A., & Sugiarto, Y. (2015). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dengan Menggunakan *Importance Performance Analysis* Pada Konsumen Laptop Merek ASUS di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 4(4), 1–12.
- GoodStats. (2025). *ASUS jadi merek PC terlaris di Indonesia 2025*. Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/5-merek-pc-terlaris-2025-8Gtxg>
- Hair, J. F., & Alamer, A. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) in second language and education research: Guidelines using an applied example*. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2023). *Multivariate Data Analysis (9th ed.)*. Cengage Learning.
- Handayani, T., Kurriwati, N., & Yulistiyono, A. (2024). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. Scopindo Media Pustaka.
- IDC (International Data Corporation). (2025). *Worldwide Personal Computing Device Tracker; Q4 2025*. Diakses dari <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS52713125>
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021). *Principles of Marketing (18th ed.)*. Pearson Education.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management (16th ed.)*. Pearson Education.
- Morissan. (2022). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu (Edisi Revisi)*. Kencana.
- Ramdina, I. S., Hasanah, N. M., Jamaludin, S., Ginanjar, S. E., & Astiti, P. (2024). Analisis Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIA Bagasasi Prodi Administrasi Bisnis). *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, 7(1), 22–34.

- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2023). Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis disertai Himpunan *Jurnal Penelitian*.
- Sie.upnjatim.ac.id (2026), Kemahasiswaan. Dikutip dari <https://sie.upnjatim.ac.id/Kemahasiswaan>
- Simamora, B. (2022). Panduan Riset Perilaku Konsumen. Gramedia Pustaka Utama.
- Sofiah, S., Ramadhani, A., & Bi Rahmani, N. A. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Widina Bhakti Persada.
- Sugiyono. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan *R&D* (Edisi 2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2022). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (*Mixed Methods*) (Edisi 3). Alfabeta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2022). *Pemasaran* (Edisi 1). Andi.
- Top Brand Award. (2026). *Top Brand Index 2026 Fase 1: Kategori Laptop/Notebook*. Frontier Group. Diakses dari https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_year=2026&tbi_find=laptop
- Utama Prayatna, N., & Jawas, A. (2013). Faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam keputusan pembelian laptop merek Acer di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(2), 184–197.
- Wardhana, A., dkk. (2021). *Brand Management: Teori dan Implementasi*. Widina Bhakti Persada.