

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Nur. (2019). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mie Endess di Bangkalan. *Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis (JSMB)*, 6(2), 96 – 104.
- Anam, Muhammad Syariful., Dian Luthvita Nadila., Tara Ayu Anindita., dan Rina Rosia. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Merek Citra. *Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah (JESYA)*, 4(1), 120 – 136.
- Arianty, Nel, Hanifah Jasin, Perys L. Khodri Nst, dan Irma Christiana. 2016. *Manajemen Pemasaran. Medan: Perdana Publishing.*
- Chandra, Arief Pahlevi dan Musthofa Hadi. (2017). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Pantene. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 55 – 61.
- Dianah, Nur dan Henny Welsa. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi serta Dampaknya pada Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 16 – 26.
- Fatmaningrum, Sakti Riana., Susanto., dan Muinah Fadhilah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea. *Jurnal Ilmiah MEA*, 4(1), 176 - 188.
- Gefen, D., Straub, D. & Boudreau, M. C. (2000) *Structural equation modeling and regression: Guidelines for research practice*. Communications of the Association for Information System.
- Ghozali, Imam. (2008). *Structural Equation Modeling, Metode Alternatif dengan Partial Least Square*. Semarang. Badan Penerbit Undip
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*". Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler. 2012. *Marketing Mangement*. New Jersey: Prentic Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Edisi 15 J). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. *Principle of Marketing*. 15th edition, New Jersey: Prentice-Hall Published.

- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2015. *Marketing an Introducing* Prentice Hall. 12th edition. England: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Mahanani, Estu. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall.com. *Jurnal IKRAITH-HUMANIORA*, 2(1), 53 – 61.
- Miati, Iis. (2020). Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Deenay (Studi pada Konsumen Gea Fashion Banjar). *Jurnal ABIWARA*, 1(2), 71 – 83.
- Nurlaila, Nopi., Winda Nadya Nainggolan., dan Nurlinda. (2021). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome pada Witel Medan. *Jurnal Akuntansi, Keuangan dan Perpajakan (JAKP)*, 4(1), 33 – 43.
- Pradana, Dedhy., Syarifah Hidayah., dan Rahmawati. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Brand Image terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat di Samarinda. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen KINERJA*, 14(1), 16 – 23.
- Pratama, Dian Wahyu dan Suryono Budi Santoso. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen pada Produk Stuck Original. *Journal of Management Diponegoro*, 7(2), 1 – 11.
- Qiana, Dea Aurani dan Yenny Lego. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi di Tangerang. *Jurnal Manajerial dan Kewirausahaan*, 3(3), 649 – 660.
- Respatya, Chardika Hendro dan Wahyu Hidayat. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(4), 1 – 8.

- Ristanti, Annisa. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3), 1026 – 1037.
- Saputra, Setiawan Tri., Kadarisman Hidayat., Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(6), 85 – 95.
- Soraya, Ayu dan Onan Marakali Siregar. (2021). Pengaruh *Country of Origin* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Produk Nature Republic pada Mahasiswa Universitas Sumatera Utara. *Jurnal SENRIABDI*, 1(1), 400 – 416.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan – Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabet, CV.
- Supangkat, Aditya Hangga. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga terhadap Keputusan Pembelian Tas di Intako. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 6(9), 1 – 19.
- Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi Empat. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. Pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wulandari, Risky Desti dan Donant Alananto Iskandar. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Viva Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11 - 18.
- <https://review.bukalapak.com/gadget/5-kelebihan-dan-kekurangan-laptop-acer-yang-wajib-kamu-tahu-68319>, diakses pada 18 April 2022.
- <https://worldwideartla.com/kelebihan-dan-kekurangan-laptop-acer/>, diakses pada 26 April 2022.