

DAFTAR PUSTAKA

- A Ladipo, P. K., Awoniyi, M. A., & Akeke, O. S. (2018). Influence Of Smartphone Attributes On Student's Buying Decision In Lagos State Tertiary Institutions. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 6(1), 70–81. <https://doi.org/10.26905/jmdk.v6i1.1938>
- Abiyoga Wulandari, N. L. A. (2019). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Herbal Ayurveda (Studi Pada Konsumen di Kota Denpasar). *Widya Kesehatan*, 1(2), 28–38. <https://doi.org/10.32795/widyakesehatan.v1i2.462>
- Adriyati, R., & Indriani, F. (2017). *PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP CITRA MEREK DAN MINAT BELI PADA PRODUK KOSMETIK*. Alfabeta.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, ESJ, 14(13), 228.
- Armstrong, P. K. (2018). *Principles of Marketing*. United Kingdom: Pearson Education Limited.
- Asri Ayu, J. Kuleh, Asnawati Asnawati. (2018). Pengaruh citra merek, kualitas produk, dan word of mouth terhadap keputusan pembelian smartphone iphone di kota
- Auliannisa Gifani, & Syahputra. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo Pada Mahasiswa Universitas Telkom. *Bisnis Dan Iptek*, 10(2), 84. www.gadget.bisnis.com
- Bagus Ramadhan. (2020). Perubahan Perilaku Belanja Konsumen Indonesia Saat Covid- 19. <https://teknoia.com/perilaku-konsumen-indonesia-saat-covid-19-ee51b041464e>. Diakses 12 April 2022
- Bahi, H. A., Pratikto, H., dan Dewi, T. S. (2020). The Impact Of E-wom And Advertising On PURCHASE Decision SI.SE.SA SYAR'I Clothes With Brand Awareness As An Intervening Variables (A Study On SI.SE.SA

- Fashion Consumers). *International Journal of Business, Economics and Law*, Vol. 23, Issue 1
- Cahyono, E. (2018). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta. *JBMA (Jurnal Bisnis Manajemen Dan Akuntansi)*, 5(1), 61–75.
- Deandra Syarizka. (2019). Penetrasi Internet Picu Popularitas Belanja Online. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20190524/12/927038/penetrasi-internet-picu-popularitas-belanja-online>. Diakses 12 April 2022
- Firdaus, T., & Abdullah, T. (2017). E-WoM: Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Tamu Restoran di Bandung Utara. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(1), 21.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 cet. IX*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9 cet. IX*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Goldsmith, R. E. (2008). *Electronic Word-of-Mouth*. Florida: Idea Group Reference Global.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word- of-mouth via consumer-opinion platforms: what motivates consumers to articulate themselves on the internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52.
- Hutagalung, N. Y. S. A. M. M. A. K. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Masyarakat Dalam Keputusan Pembelian Produk Hni-Hpai Di Kota Medan. *Jurnal FEB*, 1(38), 317–328.
- Indar Riyanto. (2021). PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA
- Irfan Widyanto, Albetris Albetris. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian)*. *Jurnal Manajemen dan Sains* 6 DOI: <http://dx.doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>
- Ismagilova, E., Dwivedi, Y. K., Slade, E., & Williams, M. D. (2017).

Electronic word of mouth (eWOM) in the marketing context: A state of the art analysis and future directions. ISSN: 1693-9549 Databoks.id, (2017). Media Sosial, Platform Paling Banyak Digunakan saat Transaksi e-commerce. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2019/04/01/media-sosial-platform-paling-banyak-digunakan-saat-transaksi-e-commerce>. Diakses 12 April 2022

- Kanuk, L. S. (2008). *Perilaku Konsumen Edisi 7*. Jakarta: PT. Indeks.
- Keller, P. K. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 13, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kietzmann, J., & Canhoto, A. (2013). Bittersweet! understanding and managing electronic word of mouth. *Journal of Public Affairs*, 13(2), 146–159. <https://doi.org/10.1002/pa.1470>
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Kepada Para Siswa Sman 15 Surabaya Kelas XII Yang Menggunakan Laptop Ber Merek Asus). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 56(1), 65–74.
- Lenovo Annual Report 2021. https://www.lenovo.com/content/dam/lenovo-corp/investor_relations/annual-report/2021/Lenovo_AR21_En.pdf. (diakses maret 2023)
- Lenovo Group: Full Year Financial Results 2021/22. https://investor.lenovo.com/en/financial/results/press_2122_q4.pdf. (diakses maret 2023)
- Lilayah, A. (2021). Data IDC: Pasar PC Indonesia Tumbuh 50% YoY di 2021. <https://swa.co.id/swa/trends/data-idc-pasar-pc-indonesia-tumbuh-50-yoy-di-2021>
- Majid, N., & Rofiq, A. (2013). Analisis Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Brand Image dan Dampaknya pada Minat Beli Smartphone Samsung di Kota Malang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FEB*, 2(2).
- Manggalania, L. K., & Soesanto, H. (2021). Pengaruh Celebrity Endorsement, Country of Origin dan Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management*, 10(6). Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/32432>

- MATAHARI. Jurnal Ilmiah Edunomika 6 (1). DOI: <http://dx.doi.org/10.29040/jie.v6i1.3707>
- Muhammad Rizal Yulianto, Harry Soesanto. (2019). *ANALISIS PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP KEPERCAYAAN DAN CITRA MEREK SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi*
- Partipost.com. (2021). Electronic Word-of-Mouth: Solusi Marketing Di Media Sosial. <https://partipost.com/id/2021/03/24/electronic-word-of-mouth-solusi-marketing-di-media-sosial/>, Diakses 12 April 2022
- Ponorogo (Studi Kasus Pembelian Tiket Pesawat Dan Kereta Api). *EJournalAdministrasi Bisnis*, 7(4), 474–487.
- Priansa, D. J. (2016). Pengaruh E-Wom Dan Persepsi Nilai Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja Online Di Lazada. *Ecodemica*, IV (1)(2355–0295), 117–124.
- Saputra, D. (2016). Pengaruh Electronic Word of Mouth dan Brand Image terhadap Purchase Intention Smartphone Apple iPhone di Bandar Lampung. UNIVERSITAS LAMPUNG.
- Sari, F., & Pangestuti, E. (2018). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) Terhadap Minat Berkunjung dan Keputusan Berkunjung (Studi pada Wisata Coban Rais BKPH Pujon). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 54(1), 189–196.
- Sari, V. E. (2019). Pengaruh E-Wom, Lifestyle, Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Ticket Online Booking Pada Situs Traveloka. Com Di
- Setiadi, N. J. (2010). *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan Keinginan Konsumen*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Setyani, A. D. dan Prabowo, R. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Adidas (Studi Di Toko Original Sport Center Cabang Medoho Semarang). *Proceeding Sendiu*. ISBN: 978-979-3649-72-6
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung:
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2015). *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen & Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Sulistiyowati, E., Wisudawati, T., & Saputro, W. A. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Gula Kristal Putih Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *AGRISAINTEFIKA: Jurnal Ilmu-Ilmu Pertanian*, 4(1), 14. <https://doi.org/10.32585/ags.v4i1.846>
- Supangkat, A. H. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako Aditya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 6(9), 1–19.
- Tan, C. N. L., Ojo, A. O., & Thurasamy, R. (2019). Determinants of green product buying decision among young consumers in Malaysia. *Young Consumers*, 20(2), 121–137. <https://doi.org/10.1108/YC-12-2018-0898>
- Utami, V. A., Silvia, A., & Suhairi. (2022). PENGARUH MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK IPHONE DI KOTA MEDAN. *JURNAL MANAJEMEN AKUNTANSI*, 2(1), 63–68.
- Wahyudi, R. (2015). Lenovo Kenalkan Logobaru. <https://tekno.kompas.com/read/2015/07/01/11385297/Lenovo.Kenalkan.Logo.Baru>.
- Waluyo, W., Kadi, D. C. A., & Apriyanti. (2022). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM), CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PADA AMANDA WARDAH. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 908-921. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/18046>
- Widyanto, I., & Albetris. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*,6(1), 138145 .<https://doi.org/10.33087/jmas.v6i1.239>