

DAFTAR PUSTAKA

- Amilia, N. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan Unsam*, 6(1).
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Astuti, Kristiana. (2021). Pengaruh Strategi Competitive Advantage terhadap Keputusan Pembelian Produk Oppo Smartphone (Peran Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen dalam Membeli Produk Oppo Smartphone). *Jurnal Ekopendia* , 6(2).
- Basu, Swastha. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Cooper, Donald, R., & Emory, W. C. (1996). *Metode Penelitian Bisnis, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Daga, Rosnaini. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Dewi, Rusmilla dan Dwi Ardi Wicaksana. (2020). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek HP di Sampit. *Jurnal Kajian Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 1(1).
- Fahrezzy, R. S., & Trenggana, A. F. M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2).
- Faisal, M. R., & Ilham. (2019). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Laptop Asus terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan*, 3(1).
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. (2012). *Manajemen Pemasaran, Cetakan 2*. Bandung: Yrama Widya.
- Handayani, R. & Sri A. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer pada Toko Yulida Komputer Amuntai. *Jurnal Inovatif Administrasi Niaga*, 3(2).
- International Data Corporation. (2022). Growth Streak for Traditional PCs Continues during Holiday Quarter of 2021, According to IDC. Dalam <https://www.idc.com/getdoc.jsp?containerId=prUS48770422>. Diakses pada tanggal 13 April.

- Jati, F.I. & Widiastuti E. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Laptop Merek Toshiba di Kota Surakarta. *Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 16(4).
- Kontan.co.id. (2020). Penjualan Laptop Naik di Saat Pandemi Corona. Dalam <https://industri.kontan.co.id/news/penjualan-laptop-naik-di-saat-pandemi-corona-covid-19>. Diakses pada tanggal 25 April.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran, Jilid 1, Edisi Milenium*. Jakarta: Prehallindo.
- Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran. Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Pengendalian*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Gary Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid 1, Edisi Keduabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). *Manajemen Pemasaran, Edisi Ketigabelas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2016). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Lilayah, Arie. (2021). Data IDC:Pasar PC Indonesia Tumbuh 50% YOY di 2021. Dalam <https://swa.co.id/swa/trends/data-idc-pasar-pc-indonesia-tumbuh-50-yoy-di-2021>. Diakses pada tanggal 25 April.
- Malhotra, N. (2009). *Riset Pemasaran, Edisi 4*. Jakarta: PT.Indeks.
- Maulana, Ramdhan dkk. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus di Jakarta Selatan). *KORELASI Konferensi Riset Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi*, 2(1).
- M. Indrasari. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Pardede, R. & Haryadi T.Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal Of Business & Applied Management*, 10(1).
- Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 6(4).
- Purba, R. R. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Vivo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia Medan. *Jurnal Mutiara Manajemen*, 4(1).

- Revita, dkk. (2018). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1).
- Saragih, Thomson dkk. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Medan). *Konferensi Nasional Sosial dan Engineering Politeknik Negeri Medan*, 2(1).
- Schiffman dan Kanuk. (2008). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Indeks.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Cetakan ke-26. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, Ujang. (2015). *Pemasaran Strategik. Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan*. Bogor: IPB.
- Sunyoto, Danang. (2020). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy (2018). *Strategi Pemasaran. Edisi ketiga*. Andi: Yogyakarta.
- Top Brand Index Laptop. (2021). Dalam https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/?tbi_find=acer. Diakses pada tanggal 25 April 2022.
- Triyanti, Nuning dan Desy Prastyani. (2020). Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer melalui Citra Merek. *Jurnal Civitas Akademika Ekonomi*, 1(2).
- Vinny dan Suhardi. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Lenovo di Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 4(2).
- Zainurossalamia, S. (2020). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. In *Syria Studies* (Vol. 7, Issue 1).

