

DAFTAR PUSTAKA

- Aji Nugraha, A., Djoko, H., & Widayanto. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer. *Journal of Food System Research*, 14(2), 70–75.
https://doi.org/10.5874/jfsr.14.2_70
- Amreni, A. (2011). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Negeri Makassar. *Manajemen*, 53(9), 3.
<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Cooper, Donald, R., & Schindler, P. S. (2006). *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT Media Global Edukasi.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Dharma, N., & Sukaatmadja, I. (2015). Pengaruh Citra Merek, Kesadaran Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Membeli Produk Apple. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 4(10), 255281.
- Doni Defriansyah, Islahuddin Daud, W. N. (2016). *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sriwijaya Indralaya)*. (2), 89–102.
- Fahrezzy, R. S., & Trenggana, A. F. M. (2018). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN LAPTOP ASUS*. 17(2), 174–183.
- Hasan, I. (2000). *Teori Pengambilan Keputusan*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Keller, K. L. (2013). Strategic brand management : Building, Measuring, and Managing Brand Equity fourth edition. In *Journal of Brand Management* (4th ed.). England: Pearson Education Inc.
- Kertajaya, H. (2002). *Hermawan Kertajaya on Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, P., & Keller, L. (2012). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing* (Edisi 12). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Principles of marketing* (12th Edition). New Jersey: Pearson Education. Retrieved from <http://library.lol/main/3C5C2ED94E38B7206BBBAA857A979CB1>

- Kotler, P., & Keller, L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 13). Jakarta: Erlangga.
- Lapriska, M. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung. *Managerial - Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*, 1(1), 10–10. Retrieved from <http://journal.stie-kusumanegara.ac.id/index.php/managerial/article/view/23>
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer Behavior* (Edisi 7). New Jersey: Prentice-Hall. Inc.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Stanton. (2004). *Prinsip Pemasaran* (7th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Sulistiyawati, P. (2011). Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Manajemen*, 1–25.
- Sumarni, M., & Soeprihanto, J. (2010). *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)* (Edisi ke 5). Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Tamimi, P., Nugraha, H., & Widiartanto, W. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Dell Di Kota Semarang (Studi Kasus Pada Konsumen Laptop Merek Dell Di Kecamatan Banyumanik Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis SI Undip*, 4(2), 361–370.
- Tjiptono, F. (2000). *Manajemen Jasa* (Edisi Pert). Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: ANDI.
- Utomo, I. W. (2017). Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, VIII(1), 76–84.