

DAFTAR PUSTAKA

- Ababil, R., Muttaqien, F., & Nawangsih. (2019). Analisis Kualitas Produk, Word Of Mouth, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Merek Senduro Coffee. *Journal Progress Conference*, 2(July), 572–581. <http://proceedings.itbwigalumajang.ac.id/index.php/progress/article/view/131/117>
- Alamsyah, M. R., & Cahyono, K. E. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Burger King Jemursari. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(6), 1–16.
- Alfiyah, Taufik, M., & Jariah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Word of Mouth dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Micellar Cleansing Water pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang. *Journal Of Organization And Business Management*, 167–175.
- Amilia, Suri & n Asmara, M. O. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan Unsam*, 6(1), 660–669.
- Aprilia, A. (2023). Pengaruh kualitas produk, harga dan electronic word of Mouth terhadap keputusan pembelian pada laptop merek asus diitb widya gama lumajang. *Skripsi*.
- Arianto, N. (2022). *Manajemen Pemasaran* (N. Tilova (ed.)). Cipta Media Nusantara.
- Arifa, N., Hatono, & Palupi Robustin, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga serta Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah (Studi Kasus Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang). *Jurnal Riset Manajemen*, 1(1), 54. <http://jkm.stiewidyagalumajang.ac.id/index.php/jrm>
- Aripin, Z. (2021). *Marketing Management*. Deepublish.
- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Rajawali Press.
- Assauri, S. (2017). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada.
- Atika, dini noer, Emmy, E., & Kasno. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang). *Journal Of Organization And Business Management*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.48042/jurakunman.v16i1.154>

- Darmawan, M. R., Cahaya, Y. F., & Erasashanti, A. P. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Raket Yonex. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen TRI BISNIS*, 2(2), 129–140.
- Dr. Sandu Siyoto, SKM., M. K., & M. Ali Sodik, M. . (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Faezal, A., Natsir, U. D., & Burhanuddin, B. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Manajemen*, 2(2), 42. <https://doi.org/10.26858/jm.v2i2.34586>
- Fahrezzy, R. S. D. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Laptop Asus. *Jurnal Indonesia Membangun*, 17(2), 174–183.
- Ghozali, I. (2020). *25 grand theory teori besar ilmu manajemen, akuntansi, dan bisnis*. Yoga Pratama.
- Hadi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*.
- Hanim, Y. (2023). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus*.
- Hikmawati, F. (2017). *Metode Penelitian*. PT Raja Grafindo Persada.
- Indonesia, R. (2016). Undang-Undang RI Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografis. *Jdih Bpk Ri*, 1, 1–51. <https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/37595/uu-no-20-tahun-2016>
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Jahro, S. M. U. (2023). *Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian produk keripik berkah hs lumajang skripsi*.
- Jayen, F., Kadir, A., Amrulloh, R., & Hadi, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin. *Jurnal Aplikasi*

Pelayaran Dan Kepelabuhanan, 13(1), 110–121.
<https://doi.org/10.30649/japk.v13i1.87>

Kotler, P., & Amstrong, G. (2014). *Prinsip – prinsip pemasaran* (13 jilid 1). ERLANGGA.

Kotler, P., & Keller, Kevin Lane. (2016a). *Marketing Manajemen*. Person Education.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016b). *Manajemen Pemasaran* (edisi 12 j). PT. Indeks.

Lupiyoadi, R., & Ikhsan, Ridho Bramulya. (2015). *Praktikum Metode Riset Bisnis* (Rosidah (ed.)). Salemba Empat.

Maiza, F., Sutardjo, A., & Hadya, R. (2022). Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Nazurah Hijab Di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Jurnal Matua*, 4, 375–386.

Mulyana, S. (2021). Pengaruh Harga Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online Pada Shopee Di Pekanbaru. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 185–195. <https://doi.org/10.35446/dayasaing.v7i2.665>

Nurlaiyla Rahmadhini, & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Laptop Asus di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 216–224. <https://doi.org/10.23887/bjm.v9i2.66093>

Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif* (edisi 3).

Pratiwi, A. P., Ridwan, H., & Ali, S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sariayu. *Business Management, Economic, and Accounting National Seminar*, 1, 383–398.

Priansa, D., J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. CV. Pustaka Setia.

Priansa, Doni, J. (2017). *Kominikasi Pemasaran Terpadu*. CV. Pustaka Setia.

Purba, P. C. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Asus (Studi Kasus Mahasiswa STIE MIKROSKIL Medan)*. <https://repository.mikroskil.ac.id/id/eprint/626>

Putra, Rizka Andhika, & Hanggara, Agie. (2022). *Analisis Data Kuantitatif* (Tika

Lestari (ed.). CV.Jakad Media Publishing.

Rahayu, gustina. (2022). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Riau)*.

Rahayu, A. T., & Gunaningrat, R. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen, Volume. 2(3025-440X);*, 302–309. <https://doi.org/https://doi.org/10.59603/ppiman.v2i1.315>

Rambe, D. N. S., & Aslami, N. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Pasar Global. *El-Mujtama: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(2)*, 213–223. <https://doi.org/10.47467/elmujtama.v1i2.853>

Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Deepublish.

Rizqi, N. zuniar, & Setiawan, H. (2023). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Simba*.

Rosa Indah, D., Afalia, I., & Maulida, Z. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand and Body Lotion Vaseline (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis, 11(1)*, 83–94. <https://doi.org/10.33059/jseb.v11i1.1983>

Saleh, L., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran* (Sobirin (ed.)). CV Sah Media.

Sari, R. indah. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Islam*.

Setyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* (Andi (ed.)).

Siregar, S. (2015). *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.

Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis* (Andi (ed.)). Anggota Ikapi.

Sugiyono. (2015a). *Metode Penelitian & Pengembangan Research and Development*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015b). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2015c). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)* (Sutopo (ed.); Edisi 2). Alfabeta.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Bisnis* (sofia yustiyani Suryandari (ed.); ke-3). Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan r&d*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Cara Mudah Menyusun Skripsi, Tesis, Dan Disertasi* (A. Nuryanto (Ed.)). Alfabeta.
- Sundapa, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan di The Grand ZamZam Residence di Lumajang*.
- Suryani, & Hendryadi. (2015). *Metode Riset Kuantitatif: Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam* (edisi 2). Prenadamedia Group.
- Susanto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 7(4), 450. <https://doi.org/10.30998/jabe.v7i4.10038>
- Taufiq, muchamad. (2019). *Aspek Hukum Dalam Bisnis* (ed.); ke-1). Azyan Mitra Media.
- Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 1113–1124.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Andi (ed.)).
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016a). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Andi (ed.)).
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016b). *Pemasaran Esensi & Aplikasi* (Andi (ed.)).
- Triyanti, N., & Prastyani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ACER Melalui Citra Merek. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 598–605.
- Umma, N., & Nabila, R. (2023). Pengaruh Online Customer Review, Citra Merek dan Religiusitas Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepercayaan

Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Marketplace Shopee Generasi Z). *Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 10(1), 1–18. <https://doi.org/10.19105/iqtishadia.v10i1.8407>

Wulandari, D. R., & Iskandar, A. D. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 3, 11–18.

Yuliantari, K. (2019). *Manajemen Pemasaran (Pertama)*. Graha Ilmu.

Yulianti, A. L., & Saputri, M. E. (2016). *Pengetahuan Produk dan Konsep Harga*. Deepublish.

