

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., & Biel, A. L. "Brand Equity & Advertising: Advertising's Role in Building Strong Brands. New York: Psychology Press ". Dalam Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2020). "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity" (5th ed., p. 239). Pearson Education.
- Adiawaty, S., Kambuno, A. B., Veronika, S., Habeahan, S., & Silaban, B. E. (2022). Pengaruh Promosi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Aplikasi Market Place. *JUDICIOUS*, 3(2), 370-373.
- Alimin, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Yusuf, S. Y. M., ... & Tabun, M. A. (2022). Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern).
- Arianty, N., & Andira, A. (2021). Pengaruh *Brand Image* Dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 39-50.
- Aritonang, J. Y. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Kalangan Milenial (Studi Kasus di Kecamatan Batang Kuis Kabupaten Deli Serdang).
- Elita Tanujaya Julianto. (2022). Pengaruh Strategi Pemasaran Media Sosial (Instagram) dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Lokal Compass Dengan Minat Beli Sebagai Mediasi. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 1(4), 16–29. <https://doi.org/10.58192/ebismen.v1i4.146>
- Faezal, Ahmad, U. D. N. & B. (2022). *Jurnal Manajemen* *Jurnal Manajemen. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar)*, 2(2), 1–10. <https://ojs.unm.ac.id/manajemen/article/view/34586>
- Fakhrudin, A., dan Roellyanti, M. (2022), *Bauran Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CV Budi
- Fitrah, & Fadhillah, I. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Kalangan Mahasiswa Di Kota Surabaya. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 16(2), 564–578. <https://jbbe.lppmbinabangsa.id/index.php/jbbe/article/view/411>
- Fera, F., & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota

- Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3(1), 1-13.  
<https://jurnal.mdp.ac.id/index.php/prmm/article/download/1611/444>
- Goodstats (2023). <https://goodstats.id/>
- Hartanto, A. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Lingkungan Fisik Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan sebagai Variabel Mediasi di De Mandailing Cafe Surabaya. *Agora*, 7(1).
- Hery. (2019) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Indriyani. (2021). Pengaruh brand Image terhadap keputusan pembelian laptop Asus. Disertasi. Universitas Pakuan Bogor.
- Kiswanto, J. D., Hursepuny, H., Nanulaita, D. T., Melmambessy, S., Administrasi, J., Politeknik, N., & Ambon, N. (2023). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Ambon. *Jurnal Administrasi Terapan*, 2(2). <https://ejournal-polnam.ac.id/index.php/jat/article/view/2084>
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2019) *Principle Of Marketing*, 17e Global Edition, Pearson Education Limited, New York
- Kotler, P. Keller, K. (2022). *Marketing Management. 16th Edition. Italy: Pearson Education Limited*
- Laksana, F. (2019). *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- McGraw and Irwin. (2019). *International Marketing*. The McGraw-Hill Companies, Inc. New York.
- Mooij, M. d. (2011). *Consumer Behavior and Culture*. California: SAGE Publications. Inc.
- Papista, E., & Dimitriadis, S. (2021). *Customer perception, purchase intention and buying decision-making process of online consumers. Journal of Consumer Behaviour*, 20 (2), 123–141.
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(12), 253856.  
<https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/10019/7917>
- Rahayu Anisa Tri, Rayhan Gunaningrat, T. N. M. (2024). Pengaruh Citra Merek

Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Tenggarong. *I-Con Media Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(1), 1–19. <https://doi.org/10.61509/Luxicm7295>

Selviyanti, D. S. & N. L. W. S. T. (2023). Terhadap, Pengaruh Lingkungan Kerja Dan Motivasi Kerja Pembiayaan, Kinerja Karyawan Pada Koperasi Simpan Pinjam Tangerang, Syariah Mitra Sejahtera Raya Indonesia Kabupaten. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(3), 9. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/prospek/article/view/50103>

Wildan, M., & Wijayanti, S. K. (2024). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Di Tenggarong. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 7(2) 1-11, 7(2), 1–11. <https://journal.stietenggarong.ac.id/index.php/icm/index>

Utama.Firmansyah, A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (*Planning & Strategy*). Surabaya: Penerbit Qiara Media, CV.

Sanjaya, Djaslim (2023), Manajemen Pemasaran. Bandung: Linda Karya

Satriadi, Wanawir., et al. (2021). Manajemen Pemasaran. DI Yogyakarta: penerbit Samudra Biru.

Sarstedt, M., Ringle, C. M., & Hair, J. F. (2017). Partial Least Squares Structural Equation Modeling. *Handbook of Market Research*, 1-40.

Sopiah dan Etta Mamang Sangadji (2016). Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Andi Offset.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian. Cetakan Ke-27. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Tanady, E. S., & Fuad. M. 2020. Analisis Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokopedia Di Jakarta. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol.9 (2).

Top Brand Index 20249 <https://www.topbrand-award.com/top-brand-index/>

Yulianti, F., Lamsah., Periyadi. (2019). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta:Deepublish.

Widiana. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek . Bandung: Alfabeta.