

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. J. (2020). *PENGARUH DESAIN PRODUK, CITRA MEREK, DAN RELIGIUSITAS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PRODUK MATERNAL DISASTER*.
- Arista, E., & Astuti, S. (2011). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek, dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Ilmu Ekonomi ASET*, 13(1), 36604. <http://journal.widyamangala.ac.id/index.php/jurnalaset/article/view/71/45>
- Choirunisa, S. 2018. (2015). *Jurusan manajemen fakultas ekonomi universitas negeri semarang 2015*.
- Dewi, N. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Ejournal Administrasi Bisnis*, 7(4, 2019), 414.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS. In *Semarang, Universitas Diponegoro*. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Guna, D., Salah, M., Syarat, S., & Manajemen, P. S. (2019). *Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen*.
- Helmi, S. (2015). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI KONSUMEN PADA CV. MASTER PASIR PENGARAIAN KABUPATEN ROKAN HULU. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 11(2), 87–107.
- Hilmawan, I. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Konsumen Sepeda Motor Vario di Kota Serang). *Jurnal Elektronik Rekaman (Riset Ekonomi Bidang Manajemen Dan Akuntansi) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo*, 3 (3), 154–166.
- Japarianto, E., & Adelia, S. (2020). Pengaruh Tampilan Web Dan Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kepercayaan Sebagai Intervening Variable Pada E-Commerce Shopee. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 35–43. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.14.1.35-43>
- Kharisma, L., & Hutasuhut, S. (2019). Peran Mediasi Minat Beli Pada Pengaruh Brandambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Niagaawan*, 8(3), 197. <https://doi.org/10.24114/niaga.v8i3.15579>
- Linda, N., Hairul, & Lamsah. (2020). *PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER (STUDI KASUS MAHASISWA UNISKA FAKULTAS EKONOMI DI BANJARMASIN)*. 16310428.
- Lorensia, T., Wati, L., & Azliyanti, E. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRAMEREK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUKMINISO DI KOTA PADANG*.
- Lubis, A. (2019). *Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen*.
- Lubis, D. irana D., & Hidayat, R. (2015). Random Sampling. *Dictionary of Statistics & Methodology*, 5(1), 15–24. <https://doi.org/10.4135/9781412983907.n1598>
- MANAFE, R. G. K. (2020). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LIP CREAM MEREK MAKEOVER DI BANJARMASIN (Studi Kasus* <http://eprints.stiei-kayutangi-bjm.ac.id/1226/>
- Mega Puspita, C., & Budiatmo, A. (2012). *Pendahuluan Kerangka Teori*. III(29), 175–185.
- Mulyani, S. A., & Miharja, K. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Susu Ibu Hamil. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–

1699.

- Musa, M. I. (2017). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Universitas Negeri Makassar. *Jurnal Economix*, 5(1), 181–192.
- Nafilah, K., Widarko, A., & Suharto, M. K. A. B. (2015). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Study Kasus Pada Mahasiswa FEB Universitas Islam Malang Yang Mengonsumsi Mie Instan). *Jurnal Riset Manajemen*, 53(9), 1689–1699.
- Nazarudin, A., Telagawathi, ni L. W. sayang, & Susila, gede putu A. J. (2011). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 17–25.
- Nazarudin, A., Telagawathi, W. S., & Jana Susila, G. P. A. (2011). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 17–25.
- Pudjihardjo, M. C., & Wijaya, H. (2015). Analisa Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Kualitas Informasi, Dan Tampilan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Pemasaran Di Media Sosial (Studi Pada Pengguna Media Sosial Di Shapeharve). *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, 3(2), 1–16.
- Repi, O. W., Lumanaw, B., & Wenas, R. S. (2020). *DAN BISNIS UNIVERSITAS SAM RATULANGI MANADO THE INFLUENCE OF PROMOTIONAL MIX , BRAND AWARENESS AND PERCEPTION OF VALUE ON BUYING INTEREST IN BUKALAPAK IN FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS Jurnal EMBA Vol . 8 No . 4 Oktober 2020 , Hal . 110 - 119.* 8(4), 110–119.
- Rimiyati, H., M.Si, S., & Miftakhul Khoir, M. (2018). *HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , BRAND IMAGE , PRICE PERCEPTION AND PROMOTION TOWARDS PURCHASE DECISIONS OF LENOVO LAPTOPS (Study. 1, 1–13.*
- Rimiyati, H., Si, M., & Miftakhul Khoir, M. (n.d.). *HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta) THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY , BRAND IMAGE , PRICE PERCEPTION AND PROMOTION TOWARDS PURCHASE DECISIONS OF LENOVO LAPTOPS (Study. 1, 1–13.*
- Ristanti, A, & Iriani, S. S. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8, 1026–1037. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/8597>
- Ristanti, Annisa, & Iriani, S. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Ilmu Manajemen*, 1(2), 472–485. https://www.researchgate.net/profile/Yulia_Nurendah/publication/325455513_Pengaruh_Kualitas_Produk_dan_Citra_Merek_Terhadap_Keputusan_Pembelian_Konsumen/links/5b0f177e0f7e9b1ed70363cb/Pengaruh-Kualitas-Produk-dan-Citra-Merek-Terhadap-Keputusan-Pembelian-K
- Sari, T. F. (2018). *PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK POND'S (Studi Kasus Pada Mahasiswi FEBI UIN Sumatera Utara).* 22.
- Silape, B. R., & Mananeke, L. (2019). *Keputusan Pembelian Laptop Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat Influence of Brand Image Pricing Strategy To Laptop Buying*

Decision in University Students At Economy and Business Faculty Sam Ratulangi. 7(1), 961–970.

Sudayo, T., & Saefuloh, D. (2019). *Persepsi Kualitas , dan Loyalitas Merek Terhadap Minat Beli Studi Kasus : Merek Nokia. 841–850.*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In ke-26.*

Widiani, N. L. M., Indiani, N. L. P., & Wahyuni, N. M. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Informasi Terhadap Minat Konsumen Berbelanja Kembali Di Zalora. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis, 2(2), 127. <https://doi.org/10.38043/jimb.v2i2.2337>*