

DAFTAR PUSTAKA

- Aan Arief Trenggono, R. A. dan M. H. (2016). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Feb Universitas Islam Malang). *E – Jurnal Riset Manajemen*, 110.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Amilia, S., & Oloan, N. A. M. (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.
- Antonia, R., & Putri, M. V. L. (2020). *STATISTIK DAERAH KOTA JAKARTA SELATAN 2020*. Retrieved from <https://jakselkota.bps.go.id/>
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2019). *EFFECT of BRAND IMAGE, PRICE AND QUALITY of THE PRODUCT on THE SMARTPHONE PURCHASE DECISION*. (August 2020), 294–305.
- Asus.com. (n.d.). Retrieved from [Asus.com](https://www.asus.com)
- Audithor.. Plimbi. (2013). Menelisik Perusahaan ASUS - Sejarah Singkat, Kesuksesan dan Rencana pada Tahun 2014. Retrieved from <https://www.plimbi.com/news/138642/perusahaan-asus>
- Erlina, I. D. (2017). *Pngaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputasan Pembelian Smartphone Merek Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI KEDIRI*. 1(06).
- Ferdinand, A. (2011). *Metode Penelitian Manajemen*.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program*.
- Ghozali, I. (2014). *Structural Equation Modeling*.
- Hasan, A. (2013). *Marketing Dan Kasus-Kasus Pilihan*.
- Hidayat, A., Hidayat, K., & Rahayu, A. C. (n.d.). Persaingan ketat di pasar laptop saat pandemi corona & Penjualan laptop di semester II 2020 diprediksi tumbuh lebih dari 50%. Retrieved from <https://industri.kontan.co.id/news/persaingan-ketat-di-pasar-laptop-saat-pandemi-corona>
- INDONESIA, B. N. (2018). Pelajar Indonesia jadi salah satu pengguna teknologi tertinggi di dunia. Retrieved from 11 Desember 2018 website: <https://www.bbc.com/indonesia/majalah-46500293>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2015). *Manajemen Pemasaran*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Principle of Marketing* (17e ed.).
- Kuncorojati, C. (2020). Asus Rilis dan PC untuk Desainer Profesional Seri ProArt. Retrieved from 23 Agustus website: <https://www.medcom.id/teknologi/news-teknologi/VNnX5e1k-asus-rilis-dan-pc-untuk-desainer-profesional-seri-proart>
- Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., & Damayanti, E. (2019). the Influence of Celebrity Endorser, Product Quality and Price on Purchase Decisions and Customer Satisfaction on Vivo Brand Smartphones in Surabaya. *Journal of World Conference (JWC)*, 1(2), 252–256. <https://doi.org/10.29138/prd.v1i2.148>
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Manap, H. A. (2016). *Revolusi Manajemen Pemasaran*.
- Mobareka, G. (2020). *Statistik Kesejahteraan Jakarta Selatan 2020*. Retrieved from jakselkota.bps.go.id
- Muliasari, D. (2019). The effect of product price and product category on online payment methods and on the decision to ... *Internation Journal of Economic, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(4), 501–506.
- Noor, J. (2014). *Analisis Data Penelitian Ekonomi & Manajemen*.
- Oentoro, D. (2012). *Manajemen Pemasaran Modern*.
- Prasetyo, E. T., & Purwantini, S. (2017). AN INFLUENCE ANALYSIS OF PRODUCT QUALITY , BRAND IMAGE , AND PRICE ON THE DECISION TO BUY TOSHIBA LAPTOP (A Study on Students of Economics Faculty of Semarang University). *Economics & Business Solutions Journal*, 1(2), 11–18.
- S, C., Tri, A., & Fathoni, A. (2018). The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price on Purchase Decision with Consumer Satisfaction as Intervening Variable. *Journal of Management*, 2(4).
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep Dan Strategi Pemasaran*. Makassar.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*.
- Sarjono, H., & Julianta, W. (2011). *Spss Vs Lisrel*.
- Sriwahyuni, A. (2018). *Pengaruh Harga, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Uin*

Raden Fatah Palembang. 94.

Sudaryana, B. (2017). *Metode Penelitian*.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*.

Sugiyono. (2017). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*.

Sutopo, Y., & Slamet, A. (2017). *Statistika Inferensial*.

Suwarman, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen Dan Marketing Plan*.

Swastha, Basu, & Irawan. (n.d.). *Manajemen Pemasaran Modern*.

Syahlani, M. R., & Gunaedi, J. (2019). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE ASUS*. Retrieved from <http://repository.upnvj.ac.id/92/>

Tekno Kompas. (n.d.). Retrieved from teknokompas.com

Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.).

Top Brand Index. (n.d.). Retrieved from www.topbrand-award.com