



DAFTAR PUSTAKA

- Andrianto, H. N., dan Idris, I. (2013). Pengaruh kualitas produk, citra merek, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil jenis MPV merek Toyota Kijang Innova di Semarang (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Anonim. 2021. Macbook (Retina, 12 inci, 2017) Spesifikasi Teknis. https://support.apple.com/kb/SP757?viewlocale=id_ID&locale=hu_HU. Diakses pada tanggal 1 April 2021 pukul 12.00 WIB.
- Churiyah, M dan Hagayuna, D. (2012). "Faktor-Faktor Yang menentukan Perilaku Pembelian Mi Instan Merek Sedaap". Fakultas ekonomi, Universitas Kanjuruhan Malang.
- Durianto, Darmadi, *et al.*, (2001). Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek. PT. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.
- Fahmi, R., dan Pangestuti, E. (2018). Pengaruh *International Brand Image* Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada pengguna smartphone Apple di Singapura). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 60(2), 105-114.
- Ghozali, I. 2005. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, I. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harahap, D. A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Pajak USU (PAJUS) Medan. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 7(3), 227-242.
- Hasan, M. I. (2002). Pokok - Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Hatta, I. H., Rachbini, W., dan Parenrengi, S. (2018). *Analysis of product innovation, product quality, promotion, and price, and purchase decisions. South East Asia Journal of Contemporary Business, Economics and Law*, 16(5), 2289-1560.
- Herrmann, A., Xia, L., Monroe, K. B., dan Huber, F. (2007). *The influence of price fairness on customer satisfaction: an empirical test in the context of automobile purchases. Journal of product & brand management*.
- Juari, R. (2010). Pengaruh Kepercayaan Merek Pada Pembentukan Loyalitas Merek APPLE Di YOGYAKARTA. *JBTI: Jurnal Bisnis: Teori dan Implementasi*, 1(1), 63-89.
- Khakim, M. L. (2015). Pengaruh Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Di Kota Semarang. *Journal*, 1.



- Kirmani, A., Rao, A.R., 2000. *No pain, no gain: a critical review of the literature on signaling unobservable quality*. *Journal of Marketing* 64 (2), 66–79.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Edisi ke-13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Prehallindo.
- Kotler, P. dan Armstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 1*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta.
- Oktaviani, R. F. STRATEGI STP DAN PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MACBOOK APPLE DI JAKARTA.
- Pratama. 2020. Daftar 5 Besar Vendor PC Global Kuartal-III 2020. <https://tekno.kompas.com/read/2020/11/16/08160087/daftar-5-besar-vendor-pc-global-kuartal-iii-2020-lenovo-teratas>. Diakses pada tanggal 1 April 2021 pukul 10.15 WIB.
- Sari, C. P. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan Merek dan Nilai Pelanggan Terhadap Keputusan Pembelian MacBook Apple pada Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Sumatera Utara*.
- Sugiyono, (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. (2009). *Metodologi Penelitian kuantitatif*. Bandung. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Suharso, P. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis : Pendekatan Filosofis dan Praktis*. Jakarta Barat: PT Indeks.
- Sumanto, 2014, *Teori dan Aplikasi Metode Penelitian*, Yogyakarta: CAPS (Center of Academic Publishing Service).
- Sumarwan, U., dan Tjiptono, F. (2018). *Strategi Pemasaran dalam mengarahkan konsumen untuk memutuskan membeli atau tidak Perspektif Perilaku Konsumen*, (Edisi ke-1). Bogor: IPB Tekan.
- Sutama. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif, PTK, R & D*. Surakarta: Fairuz Media.
- Tamimi, Prana Sabrina. Tahun 2015. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Dell di Kota Semarang”. *Diponegoro Journal of Social and Political of Science*. p.1-10
- Umar, H. (1997). *Metodologi penelitian: aplikasi dalam pemasaran*. Jakarta: Gramedia.



- Voss, G.B., Parasuraman, A. and Grewal, D. (1998), “The role of price, performance and expectations in determining satisfaction in service exchanges”, *Journal of Marketing*, Vol. 62, October, pp. 46-61.
- Whitefield, R.I., Duffy, A.H.B., 2012. Extended revenue forecasting within a service industry. *International Journal of Production Economics* 141 (2), 505–518.
- Wigati, W. (2015). Pengaruh Harga Dan Fitur Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Atau Smartphone Bersistem Operasi Android (Study kasus mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta) (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta)