

DAFTAR PUSTAKA

- Al-djufrie, M. A. (2021). PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE , HARGA PRODUK , DAN PRODUCT PACKAGUNG DESIGN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PARFUM ARTFRESH. *Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 6, 1–9.
- Dewi, B. S. A., Suardana, I. M., & Satriawan. (2022). PENGARUH BRAND AMBASSADOR, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK EMINA (STUDI KASUS PADA MAHASISWI DI KOTA MATARAM). *KOMPETEN*, 45–53.
- Fajar, R., Lubis, P., & Magnadi, R. H. (2015). STUDI TENTANG PRODUCT KNOWLEDGE DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA NOTEBOOK ACER (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Diponegoro , Semarang). *OF MANAJEMEN*, 4(2005), 1–10.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2018). PENGANTAR MANAJEMAN (Issue December).
- Hatza, I. N. (2020). PENGARUH HARGA,KUALITAS PRODUK DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan. Skripsi.
- Krisnandi, H., Efendi, S., & Sugiono, E. (2019). PENGANTAR MANAJEMEN (S. E. Melati (ed.)).
- Kristanto, H., & Pudjoprastyono, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Minat Beli Laptop Acer Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jawa Timur. *STEI EKONOMI (JEMI)*, 30(02), 11–19.
- Lailiya, N. (2020). PENGARUH BRAND AMBASSADOR DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKOPEDIA Nisfatul. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 2(2), 113–126.
- Liantifa, M. (2019). Peran Kepercayaan Memediasi Hubungan Promosi Politik dan Citra Kandidat Terhadap Keputusan Pemilihan Kepala Desa. *Jurnal Benefita*, 4(2), 269–281. <https://doi.org/10.22216/jbe.v4i2.2965>
- Muhairil. (2022). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LAPTOP ACER ASPIRE (Studi kasus di Kota Pontianak). *PKM Prodi Manajemen*, 8(2), 1–20.

- Mumek, L. I., A. Areros, W., & Walangitan, O. F. C. (2022). Pengaruh Product Knowledge dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Loco Gold di PT Equity World Futures. *Productivity*, 3(4), 1–6.
- Napitupulu, S., Tapiomas, N., & Tobink, R. (2021). MANAJEMEN PEMASARAN Pendekatan Praktis dengan Teori-Teori Para Ahli.
- Prasetyo, D. T., Suharto, A., & Eko, W. (2022). Pengaruh brand ambassador eiger dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Manajemen*, 14(1), 98–102. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i1.10643>
- Sanita, S., Kusniawati, A., Lestari, M. N., Ekonomi, F., & Galuh, U. (2019). PENGARUH PRODUCT KNOWLEDGE DAN BRAND IMAGE TERHADAP PURCHASE INTENTION (Penelitian pada PT. Bahana Cahaya Sejati Ciamis). *Business Managenemt and Enterpreneurship Jurnal*, 1(September), 169–184.
- Suparwi, & Fitriani, S. (2020). Pengaruh Product Knowledge , Brand Image , Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Top White Coffe. *Bisnis Dan Manjemen Islam*, 8(2), 253–272.
- Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). MANAJEMEN PEMASARAN. In manajemen pemasaran.