

## DAFTAR PUSTAKA

- Anita, 2013 “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian melalui Citra Merek” *digilib.esaunggul.ac.id*
- Anugrah, Sopa, 2016. “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian” *eJurnal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jp*.
- Caesar, Tri, 2016. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Citra, 2014. “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Variabel *Intervening* Kepuasan” *e-Jurnal Apresiasi Ekonomi*.
- Cristiani, 2015. “Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal EMBA*.
- Danang. Sunyoto, Dasar-dasar manajemen pemasaran, Cetakan Pertama, Caps, Yogyakarta, 2012.
- Debora, Anindhya, 2016. “Pengaruh Gaya Hidup Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Eko, 2011. “Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga terhadap Keputusan Pelanggan” *Jurnal Ekonomi Manajemen*.
- Electronicspecifier.com/events-news/Chinese-companies-made-a-bigimpression  
Akses 6 mei 2017.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fanly, Bode, 2015. “Kualitas Produk dan Kualitas Layanan, Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan” *Jurnal EMBA*.
- Heri, Yusleli, Santi, 2015. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis*.
- Imam, 2015. ‘Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Serta Impelentasinya Pada Kepuasan Pelanggan” *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Enterpreneurship*

- Jackson, 2013. “Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal EMBA*.
- Jessica, James, Decky, 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan” *Jurnal EMBA*.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran* Jilid 2, edisi Ketiga Belas, Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Krisnasakti, 2012. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ekonomi Pemasaran*.
- [Lenovomobile.id/about/our-company](http://Lenovomobile.id/about/our-company) Akses pada 27 april 2017.
- Melysa, 2013. “Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan” *Jurnal EMBA*.
- Merinda, Budhi, 2016. “Pengaruh Harga dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.
- Muslichah, Endah. “Pengaruh Kualitas Merek, Kualitas Produk dan Penjualan Perorangan terhadap Keputusan Pembelian” *e-Jurnal Manajemen Kinerja*.
- [Plimbi.com/news/sejarah-lenovo](http://Plimbi.com/news/sejarah-lenovo) Akses pada 27 april 2017.
- Rahmat, 2015. “Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Ecodemica*.
- Sarini, 2013. “Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal EMBA*.
- Schiffman, Leon G. Leslie, Lazar Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen*. Alih Bahasa Oleh Zoelkifli Kasip. Edisi Ketujuh. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Suardika, Ambarawati, Sukatmadja, 2014. “Analisi Prilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Manajemen Agribisnis*.

Tamara, Suryono, 2016. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek” *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*.

*Tekno.kompas.com/smartphone/Lenovo-sejarah* Akses pada 27 april 2017.

*Telecom.com/news/global-smartphone-market-q2-2015* Akses pada 6 mei 2017.

Tina, 2016. “Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal Penelitian*.

Wayan, Tjok 2016. “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen” *E-Jurnal Manajemen Unud*.

Yudhi, 2013. “Kualitas Produk, Merek dan Desan Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian” *Jurnal EMBA*



