

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PERSEPSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

SKRIPSI



Nama : Desti Deliantika

Nim : 212018329

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2021

**PENGARUH PRODUK, HARGA, DISTRIBUSI DAN PERSEPSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP LENOVO PADA
MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu
Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



Nama : Desti Deliantika

Nim : 212018329

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Desti Deliantika

Nim : 212018329

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Persepsi Terhadap
Keputusan Pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Palembang

Dengan ini menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pegrang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Palembang, November 2021



(Desti Deliantika)


Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Distribusi dan Persepsi Terhadap Keputusan
Pembelian Laptop Lenovo Pada Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Palembang.
Nama : Desti Deliantika
Nim : 212018329
Fakultas : Ekonomi & Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan Pada
Pada Tanggal. 2021

Pembimbing I



Dr. Maftuhah Nurrahmi, SE.M.Si
NIDN: 0216057001

Pembimbing II,



Mardiana Puspasari, SE.M.Si
NIDN: 0226107001

Mengetahui,

Dekan

u.b Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si
NIDN: 0229057501

PERSEMBAHAN DAN MOTTO

Kupersembahkan Skripsi ini kepada :

- *Ayahku (Asmawi) dan Ibuku (Salmawati)*
- *Adikku ku (Dessy silvia), dan adikku (Aldi kurniawan) tersayang*
- *Ibu keduaku (Ruslia) dan Ayah keduaku (Riasnyah)*
- *Temanku hidupku (Muhammad Hafizh Aqil)*
- *Keluarga Besarku Yang Selalu Memberikan Dukungan*
- *Almamater Kebanggaan Ku*
- *Dosen Pembimbing Skripsi Ku*
- *Kepala prodi manajemen dan sekretaris*
- *Seluruh Dosen UMP yang sudah membimbingku selama di bangku kuliah*

MOTTO

“kesempatan akan datang selama kita masih hidup”(Penulis)

PRAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang selalumemberikannikmat serta hidayah-Nya,sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh produk,harga,distribusi dan persepsi terhadap keputusan pembelian laptop lenovo pada mahasiswa universitas muhammadiyah palembang.Skripsi tersebut merupakan salah satu untuk mendapatkan gelar sarjana dari Fakultas Ekonomi danBisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.Tidak terlupakan sholawat dan salam penulis sampaikan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat dari alam kegelapan ke alam terang-menerang seperti yang kita rasakan saat ini.Penulisan skripsi ini tentu tidak akan selesai tanpa dorongan dan sukungan banyak pihak, untuk itu mengucapkan terima kasih kepada Ayah ku (M.Suhairi) dan Ibu ku (Sri Hartini) yang telah mendidik, membiayai, mendoakan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis. Selain itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S,E., M.M, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Yuda Mahrom S.E, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S,E., M.Si selaku Ketua ProdiManajemendan Bapak Mister Candra, S.Pd., M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Pembimbing Skripsi ibu DR.Maftuhah Nurrahmi,SE.M.Si dan ibu Mardiana Puspasari,SE.M.Si
5. Penelaah seminar proposal ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S,E., M.Si dan bapak Sudarta Salman,S.E.,MM
6. Responden pengguna Laptop Lenovo yang telah bersedia untuk dijadikan sampel penelitian
7. Bapak dan Ibu Dosen UMP, serta semua pihak yang telah membantu Menyelesaikan skripsi ini .

Demikianlah skripsi ini saya tulis, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti-peneliti selanjutnya.

Palembang,.....2022

Penulis

Desti Deliantika
NIM: 212018329

ABSTRAK

Desti Deliantika/212018329/2022/pengaruh produk, harga, distribusi, dan persepsi, terhadap keputusan pembelian laptop lenovo pada mahasiswa universitas muhammadiyah palembang/Manajemen Pemasaran

Laptop di zaman teknologi seperti sekarang ini pada dasarnya sama pentingnya dengan Smartphone, apalagi dengan adanya virus covid-19 harus melakukan aktivitas seperti belajar dan bekerja dari rumah atau sistem daring. Hal ini menyebabkan laptop memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu pekerjaan dengan berbagai fungsi yang dimilikinya terutama bagi mahasiswa, dosen, pelajar, pekerja kantoran, freelancer dan lainnya. Teknik yang digunakan dalam mengetahui pengaruh produk, harga, distribusi dan persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop lenovo di Universitas Muhammadiyah Palembang adalah dengan menggunakan teknik regresi linier berganda. Yang mana regresi linier berganda sebagai salah satu jenis analisis statistik, banyak sekali macamnya, tergantung pada skala data pervariabel. Ditarik simpulan bahwa berdasarkan hasil uji secara simultan bahwa nilai f_{hitung} diperoleh sebesar 40,137 lebih besar dari (3.16), hal ini juga diperkuat dengan nilai taraf signifikan sebesar 0,000 atau signifikansi yang diperoleh lebih kecil dari $\alpha 0,10$, artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa produk, harga, distribusi dan persepsi berpengaruh terhadap keputusan pembelian laptop lenovo di universitas muhammadiyah palembang. Berdasarkan hasil analisis perhitungan pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel eksogen terhadap variabel endogen dalam penelitian ini, untuk meningkatkan keputusan pembelian Laptop Lenovo agar lebih optimal maka yang harus dilakukan oleh manajemen adalah lebih memperhatikan kembali antara produk, harga, distribusi dan persepsi

Kata kunci : Produk, Harga, Distribusi, Persepsi, , Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Desti Deliantika / 212018329 /2022 /product influence, price, distribution, and perception, on lenovo laptop purchase decisions in muhammadiyah palembang university students / Marketing Management

Laptops in the age of technology like today are basically as important as smartphones, especially with the covid-19 virus must do activities such as studying and working from home or online systems. This causes laptops to have a very important role in helping work with various functions that it has, especially for students, lecturers, students, office workers, freelancers and others. The technique used in knowing the influence of products, prices, attribution and perception of lenovo laptop purchase decisions at the University of Muhammadiyah Palembang is to use multiple linear regression techniques. Linear regression doubles as one type of statistical analysis, of many kinds, depending on the scale of the pervariable data. It is concluded that based on the results of the simultaneous trial that the f_{hitung} value is produced at 40.137 greater than (3.16), this is also reinforced by a significant grade of 0.000 or significance produced smaller than $\alpha 0.10$, meaning H_0 was rejected and H_a accepted. Then it can be concluded that products, prices, distribution and perceptions affect the decision to buy lenovo laptops at the Muhammadiyah University of Palembang. Based on the results of the analysis of direct and indirect influence calculations between exogenous variables on endogenous variables in this study, to improve lenovo laptop purchase decisions to be more optimal, what management must do is pay more attention between products, prices, distribution and perception.

Keywords : Product, Price, Distribution, Perception, , Purchasing Decision

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar
Halaman Judul
Pernyataan Bebas Plagiat.....
Tanda Halaman Pengesahan Penelitian.....	i
Tanda Pengesahan Penelitian Setelah Seminar	ii
Daftar Isi	iii
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN	
HIPOTESIS	7
A. Kajian Pustaka.....	7
1. Landasan Teori	7
B. Penelitian Sebelumnya	20
C. Kerangka Pemikiran.....	23
D. Hipotesis.....	26
BAB III. METODE PENELITIAN	29
A. Jenis Penelitian.....	29
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Operasionalisasi Variabel	31
D. Populasi Dan Sampel	32
E. Data Yang Di Perlukan	33
F. Metode Pengumpulan Data.....	34
G. Analisis Data Dan Teknis Analisis	35
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	48
1. Gambaran Umum Objek Penelitian	48
2. Uji Instrumen.....	52
3. Gambaran Karakteristik Responden.....	58
4. Gambaran Karakteristik Jawaban Responden.....	61
5. Analisis Regresi Linier Berganda	77
6. Uji F (Simultan)	79
7. Uji T (Parsial).....	80
8. Koefisien Determinasi (R)	82
B. Pembahasan Hasil Penelitian	82

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan	88
B. Saran.....	89
H. Jadwal Penelitian.....	90
I. Sistematika Penulisan.....	91

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Laptop di zaman teknologi seperti sekarang ini pada dasarnya sama pentingnya dengan Smartphone, apalagi dengan adanya virus covid-19 harus melakukan aktivitas seperti belajar dan bekerja dari rumah atau sistem daring. Hal ini menyebabkan laptop memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu pekerjaan dengan berbagai fungsi yang dimilikinya terutama bagi mahasiswa, dosen, pelajar, pekerja kantor, freelancer dan lainnya.

Namun kadang kala masyarakat masih bingung ketika hendak membeli laptop dikarenakan banyak jenis dan merk serta keluaran terbaru dari masing-masing perusahaan teknologi seperti Laptop Acer, Toshiba, Hp Compaq, Axioo, Lenovo, Sony, dan lain sebagainya.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen merupakan suatu proses yang berkaitan erat dengan proses pembelian, pada saat itu konsumen melakukan aktivitas-aktivitas seperti melakukan pencarian, penelitian, dan pengevaluasian produk. Perilaku konsumen merupakan hal-hal yang mendasari konsumen untuk membuat keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana konsumen melalui tahapan-tahapan tertentu untuk melakukan pembelian suatu produk. Dengan demikian Keputusan pembelian dapat menyelesaikan masalah pada kegiatan

manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi keinginan dan kebutuhannya sehari-hari.

Kotler dan Amstrong (2016:177) mengemukakan bahwasanya keputusan pembelian yaitu komponen dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen merupakan studi mengenai seperti apa seseorang maupun kelompok dalam menentukan ,membeli, mengkonsumsi, serta seperti apa produk, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian yaitu proses dimana konsumen memiliki pilihan alternatif untuk menentukan apakah hendak membeli produk atau tidak.

Berikut pertanyaan kepada 30 Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang tentang Laptop Lenovo. Jawabannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel1.2
Hasil pra riset mengenai Laptop Lenovo di Universitas Muhammadiyah Palembang

No	Pernyataan	Setuju	Tidak Setuju
1	Saya membeli Laptop Lenovo karena produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya	11	19
2	Saya membeli Laptop Lenovo karena bermanfaat untuk memudahkan pekerjaan	16	14
3	Saya membeli laptop lenovo karena sesuai kebutuhan dan mudah didapatkan	12	18
4	Laptop Lenovo terbukti memiliki daya tahan baterai yang awet	17	13
6	Harga Laptop Lenovo lebih murah dibandingkan produk lainnya	14	16
7	Harga Laptop Lenovo relatif terjangkau dan kualitasnya bagus	12	18
8	Lokasi toko Laptop Lenovo strategis dekat dengan keramaian	14	16
9	Waktu pengiriman Laptop Lenovo cepat karena tersedia beberapa cabang di setiap kota	11	19
10	Perlengkapan Laptop Lenovo selalu tersedia di toko	13	17
11	Laptop Lenovo menyediakan sistem ready stock untuk pembelian laptop baru	14	16
Total Keseluruhan			30

Sumber :wawancara riset , 2021

Tabel 1.2 di atas menunjukkan bahwa dari pernyataan didapat lebih banyak jawaban tidak setuju karena Laptop Lenovo tidak sesuai dengan spesifikasi yang dibutuhkan merupakan gambaran dari variabel produk. Apabila produk yang kita tawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen tentunya konsumen akan merasa senang dan menggunakan produk tersebut.

Laptop Lenovo lebih mahal dibandingkan produk lainnya, Laptop Lenovo spesifikasi nya tidak sesuai dengan kebutuhan merupakan indikator variabel harga. Mahal atau murahnya harga memang bersifat relative, tetapi secara umum penentuan harga yang lebih diterima /disukai konsumen merupakan harga yang lebih tepat.

Lokasi Laptop Lenovo mudah dijangkau sehingga dapat dipesan dengan mudah, merupakan indikator variabel distribusi. Saluran distribusi juga dapat menjadi masalah terhadap keputusan pembelian, karena jika konsumen tidak banyak yang suka dengan produk Lenovo, maka saluran distribusi tidak terlalu banyak.

Saya tertarik menggunakan Laptop Lenovo karena mereknya terkenal, merupakan indikator variabel persepsi. Persepsi masyarakat terhadap suatu produk dapat mempengaruhi produk tersebut. Oleh karenanya penting bagi perusahaan untuk menciptakan persepsi yang baik kepada masyarakat agar masyarakat tertarik menggunakan produk tersebut.

Kemudian indikator yang mempengaruhi keputusan pembelian terhadap Laptop Lenovo karena mereknya sudah dikenal. Beberapa responden setuju bahwa Produk, Harga, Distribusi dan Persepsi mempengaruhi dalam memutuskan pembelian Laptop Lenovo. Dapat diartikan bahwa Laptop Lenovo belum sepenuhnya berhasil memuaskan konsumen di Universitas Muhammadiyah Palembang. Maka dengan adanya permasalahan tersebut perlu dilakukan penelitian agar lebih bisa memahami keinginan konsumen agar pemasar dapat menerapkan strategi pemasaran yang tepat untuk sebuah produk. Selain itu Penelitian untuk Produk Laptop Lenovo sendiri masih jarang yang meneliti karena sedikit dari mahasiswa yang masih menggunakan Laptop Lenovo oleh karena itu diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat menjadi salah satu pertimbangan ketika hendak membeli Laptop, khususnya pada Laptop Lenovo.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis dapat merumuskan pokok masalah sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh produk, harga, distribusi dan persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
4. Adakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?
5. Adakah pengaruh persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan :

1. Untuk mengetahui pengaruh Produk, Harga, Distribusi dan Persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh Produk terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Untuk mengetahui pengaruh Distribusi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.
5. Untuk mengetahui pengaruh Persepsi terhadap keputusan pembelian Laptop Lenovo pada mahasiswa Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat penelitian

1. Bagi Peneliti

Peneliti dapat menambah pengetahuan dan juga menerapkan ilmu yang telah diperoleh di bangku kuliah, khususnya dalam konsentrasi pemasaran

2. Bagi Almamater

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi, wawasan dan referensi bagi Mahasiswa yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan penelitian*. Ed. I, Yogyakarta: Andi.
- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie L. (2014). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane, (2013), *Marketing Management*, 14th Edition, Pearson Education Limited.
- Daryanto 2011. *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Bandung: Satu Nusa.
- Fandy Tjiptono 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler dan Keller 2014. *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi ke 13. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller 2016. *Marketing Management*, 15th Edition, Pearson Education, inc.
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2018. *Principles of marketing* (17th ed). New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Sugiyono 2015. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Asiati, Diah Isnaini, dkk 2019. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang : Noer Fikri

Jurnal

- Anugrah, Yogi Martha Hani. "Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Ack Lenovo Store Surabaya." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 7.2 (2019).

- Anugrah, Y. M. H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Ack Lenovo Store Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(2).
- Anugrah, Yogi Martha Hani. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Lenovo Di Ack Lenovo Store Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 2019, 7.2.
- Mulyana, Sri Hardiyanti. *Analisis Kebijakan Promosi Dan Saluran Distribusi Pada Produk Laptop Lenovo Di Cv. Aneka Komputer*. Diss. Universitas Islam Kalimantan MAB, 2020.
- Mulyana, S. H. (2020). *Analisis Kebijakan Promosi Dan Saluran Distribusi Pada Produk Laptop Lenovo Di Cv. Aneka Komputer* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Kalimantan MAB).
- Mulyana, Sri Hardiyanti. *Analisis Kebijakan Promosi Dan Saluran Distribusi Pada Produk Laptop Lenovo Di Cv. Aneka Komputer*. 2020. PhD Thesis. Universitas Islam Kalimantan MAB.
- Anis, Liya Monalisa. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pembeli Dan Pengguna Laptop Lenovo Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya)." *Jurnal Administrasi Bisnis* 28.2 (2015).
- Anis, L. M. (2015). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pembeli Dan Pengguna Laptop Lenovo Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 28(2).
- Anis, Liya Monalisa. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap International Brand Image Serta Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Mahasiswa Pembeli Dan Pengguna Laptop Lenovo Di Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 2015, 28.2.
- Diansyah, Diansyah. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Lenovo Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Moderating." *Media Studi Ekonomi* 19.2 (2016).
- Diansyah, D. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Lenovo Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, 19(2).

Diansyah, Diansyah. Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Laptop Lenovo Dengan Inovasi Produk Sebagai Variabel Moderating. *Media Studi Ekonomi*, 2016, 19.2.

Pinassang, Andree Weinard, and Susilo Toto Rahardjo. "Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang." *Diponegoro Journal of Management* 6.4 (2017): 123-134.

Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6(4), 123-134.

Pinassang, Andree Weinard; RAHARDJO, Susilo Toto. Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 2017, 6.4: 123-134.