

## Daftar Pustaka

- Annual Report Apple.Inc.7 Mei  
2014.<https://www.google.co.id/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=images&cd=&ved=&url=http%3A%2F%2Fwww.statista.com%2Fchart%2F1827%2Fapples-revenue>
- Arikunto, S. (1998). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assauri, S. (1980). *Manajemen Produksi*. Jakarta: LPFE UI.
- Barney, J. (2008). Creating and Sustaining Competitive Advantage. *Public Affairs*, 309-313.
- Baroes, H. (2009). *Teori Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Bharadwaj, S. G., Varadarajan, P., & Fahy, J. (1993). Sustainable Competitive Advantage in Service Industries. *Journal of Marketing*, 83-99.
- Cateora & Graham. (2007). *Pemasaran Internasional*. Jakarta: Salemba Empat.
- Cravens, D. W. (1996). *Pemasaran Strategi*. Jakarta: Erlangga.
- Evans, J., & Lindsay, W. (2007). *Pengantar Six Sigma; An Introduction to Six And Process Improvement*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ferdinand, A. (2006). *Metodelogi Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, H. I. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2005). *Customer Loyalty : Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.
- Hadi, S. (1982). *Metodelogi Reseach*. Yogyakarta: Universitas Gajah Mada.
- Hadi, S. B. (2002). Analisis Faktor-faktor yang menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan. *Thesis Magister Universitas Diponegoro*.
- Hameed, I. (2009). Sources of Business Competitive Advantage. *Journal of Business and Economics*, 222-233.
- Hanafie, R. (2010). *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

- Harianti. (2015, 30 Januari). Indonesia Pasar Terbesar Smartphone Asia Tenggara. Diperoleh 27 April 2015, dari <http://harianti.com/menurut-riset-gfk-asia-indonesia-pasar-terbesar-smartphone-asia-tenggara/>
- Henard, D., & Szymanski, D. (2001). Why Some New Products are more Successful than others. *Journal of Marketing Research* .
- Irawan, H. (2002). *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Jaworski, J. B., & Kohli, A. K. (1993). Market Orientation : Antecedents and Consequences. *Journal of Marketing*, 53-57.
- Kartajaya, H. (2004). *Hermawan Kartajaya on Differentiation Seri 9 Elemen Marketing*. Bandung: PT Mizan Pustaka.
- Komputermotor. (2014, 6 Maret). Market Share Handphone di Indonesia. Diperoleh 27 April 2015, dari <http://komputermotor.com/2014/03/06/market-share-handphone-di-indonesia-blackberry-semakin-melorot-jadi-nomor-6/>
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Luther, W. M. (2001). *The Marketing Plan : How to Prepare and Implement It*. New York: AMACOM.
- M.Suyanto. (2007). *Marketing Strategy Top Brand Indonesia*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Nasution, N. (2005). *Total Quality Management*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Nur Indriantoro, B. S. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: BPFE.
- Philip Kotler, K. L. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Porter, M. E. (1998). *Competitive Strategy*. New York: The Free Press.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York: Free Press.
- Setiawan; Ine Agustin. (2008). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keunggulan Produk untuk Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Thesis Magister pada Universitas Diponegoro*.
- Simamora, H. (2000). *Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Situmorang, S. H. (2008). Destination Brand: Membangun Keunggulan Bersaing Daerah. *Jurnal Perencanaan dan Pengembangan Wilayah*.

- Sudhir K & Debabrata, Talukdar. (2004). Does Store Brand Patronage Improve Store Patronage? *Review of Industrial Organization*, Vol 24, Iss.2,.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: ALFABETA.
- Supranoto, M. (2009). Strategi Menciptakan Keunggulan Bersaing melalui Orientasi Pasar, Inovasi, dan Orientasi Kewirausahaan dalam rangka Meningkatkan Kinerja Pemasaran. *Thesis Magister Universitas Diponegoro*.
- Swa. (2012, 17 September). Ritel Pesimis iPhone Kuasai Pasar Ponsel Indonesia. Diperoleh 27 April 2015, dari <http://swa.co.id/business-strategy/marketing/ritel-pesimis-iphone-kuasai-pasar-ponsel-indonesia/>
- Teknojurnal. (2011, 31 Maret).Perkembangan Pasar Handphone di Indonesia dari Tahun 20105 hingga 2011. Diperoleh 27 April 2015, dari <http://teknojurnal.com/perkembangan-pasar-handphone-di-indonesia-dari-tahun-2005-hingga-2010/>
- Voss, G. B., & Voss, Z. G. (2000). Strategic Orientation and Firm Performance in an Artistic Environment. *Journal of Marketing*, 67-83.
- Widiyanto, I. (2008). *Pointers : Metodologi Penelitian* . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Yazid. (2001). *Pemasaran Jasa : Konsep dan Implementasi*. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Zeithalm, V. A. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *American Marketing Association*, 2-22.
- Zhou, K. Z., Gao, G., Yang, Z., & Zhou, N. (2005). Developing Strategic Orientation in China: Antecedents and Consequences of Market and Innovation Orientations. *Journal Business Research*, 1049-1058.