AL-DYAS
Jurnal Inovasi dan Pengabdian kepada Masyarakat

p-ISSN : 2964-4992
e-ISSN : 2964-4984

Terindeks : Dimensions, Scilit, Lens, Crossref, Semantic, Garuda, Google, Base, etc.

https://doi.org/10.58578/aldyas.v2i2.1498

PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WARDAH (STUDI KASUS PADA MAHASISWA FISIPOL UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM)

Dwi Tesna Andini
Universitas Teknologi Mataram
dwitesnaandini@gmail.com

Abstract

This study aims to determine the effect of brand image and product quality on purchasing decisions for Wardah products. This study uses two independent variables, which brand image and product quality and one dependent variable, which purchasing decisions. The data in this study were collected by distributing questionnaires to 102 students of Faculty of Social and Political Sciences at Muhammadiyah University of Mataram who used Wardah products as research samples. The sampling technique used was purposive sampling and the data analysis method used quantitative. Based on data analysis, the research results show that the indicators in this study are valid and reliable. In the R test it is known that the magnitude of the influence of brand image and product quality on purchasing decisions is 65.3%. While the remaining 34.7% is influenced by other factors outside of brand image and product quality variables.

Keywords: *Brand Image, Product Quality, Purchasing Decisions*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas yaitu citra merek dan kualitas produk dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 102 orang mahasisiwa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram yang menggunakan produk Wardah sebagai sampel penelitian. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan metode analisis data yang digunakan adalah kuantitatif. Berdasarkan analisis data, hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada uji R diketahui bahwa besarnya pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 65,3%. Sedangkan sisanya 34,7% dipengaruhi faktor lain di luar variabel citra merek dan kualitas produk.

Kata Kunci: Citra Merek, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Jurnal Al-DYAS is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License

PENDAHULUAN

Sekarang ini peran manajemen pemasaran sangat penting dalam mementukan kesuksesan suatu perusahaan, sehingga banyak perusahaan yang menempatkan posisi pemasaran paling utama. Setiap produsen dan pemasar harus selalu berusaha agar produk yang dipasarkan dapat diterima oleh konsumen serta sesuai dengan tujuan dan sasaran perusahaan, Assauri (2002:1). Khususnya kebutuhan di segmenperawatan kecantikan yang merupakan salah satu industri besar yang sedang berkembang karena semakin banyaknya orang yang menyadari pentingnya menjaga kecantikan.

Salah satu cara untuk mewujudkan hal tersebut adalah denganmenciptakan merek (*brand*), di mana dengan adanya merek yang kuat pada suatu produk maka akan membentuk landasan merek yang positif dan mampu mengembangkan keberadaan merek dalam waktu yang lama. Seiring berjalannya waktu perusahaan semakin menyadari bahwa merek merupakan salah satu aset yang sangat bernilai. Saat ini perusahaan berfokus pada penciptaan merek-merek yang bersifat membedakan sehingga dapat memperkuat citra merek suatu produk. Citra merek adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu merek, Kotler (2007: 215)

Untuk menjadi produk yang digemari konsumen, ukuran paling umum dalam sebuah produk adalah kualitas produk itu sendiri. Kualitas produk adalah keseluruhan kelengkapan dan karakteristik dari produk atau layanan yang mempengaruhi kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan maupun tersirat, Kotler (2004: 94). Kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen, Nasution (2005:2). Konsumen memberikan penilaian pada suatu produk setelah konsumen mencoba menggunakan suatu produk. Lalu konsumen bisa menilainya dari segi kualitas produk.

Dalam melakukan keputusan pembelian citra merek dan kualitas produk merupakan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dengan adanya citra merek yang positif, konsumen akan cenderung melakukan pembelian yang menyebabkan meningkatnya keputusan pembelian dan laba yang diperoleh perusahaan. Serta jika produk dianggap berkualitas bagi konsumen, maka produk itu akan selalu dicari karena konsumen membutuhkannya.

Wardah merupakan brand kosmetik halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI). Didirikan oleh Nurhayati Subakat

yang saat ini menjabat sebagai Komisaris PT. PTI, Wardah selalu mengedepankan kualitas untuk mendukung perempuan tampil cantik sesuai karakternya. Produk Wardah selalu mengedepankan citra merek. dengan menunjukkan citra bahwa produk Wardah sebagai brand produk halal bagi wanita muslim. Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk melihat objek yang diteliti adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram, karena mahasiswa merupakan salah satu segmen terbesar dalam menggunakan produk kecantikan dan sebagian besar sudah mengenal produk Wardah dan di antaranya sudah menjadi pengguna produk tersebut.

Sebagian mahasiswa mengaku tertarik menggunakan produk Wardah karena ingin coba-coba produk yang sudah lama terkenal dan berasal dari perusahaan terkenal. Namun pada bulan berikutnya tidak ingin lagi menggunakan produktersebut. Hal ini mungkin disebabkan karena beberapa mahasiswa memiliki kulit yang tidakcocok dengan bahan-bahan yang terkandung di dalam produk Wardah sehinggamereka tidak merasakan khasiat dan manfaatnya. Namun ada juga sebagian mahasiswa yang tetap menggunakan produk Wardah sampai saat ini.Berdasarkan fenomena di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap KeputusanPembelian Produk Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Mataram).

METODE

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, jenis penelitian yang diambil yakni penelitian kuantitatif yakni jenis penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan yakni menjelaskan pengaruh antara dua variabel atau lebih. Populasi, Sampling dan Sampel Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang menggunakan produk Wardah.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah sekumpulan objek yang akan atau ingin diteliti. Populasi ini sering juga disebut dengan universe. Dalam artian lain populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk ditarik kesimpulannya, Sujarweni (2014: 65). Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah mahasiswa FakultasIlmu Sosial

dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram angkatan 2020 yang berjumlah sekitar 571 orang, sedangkan sampel yang diambil sejumlah 102 orang.

Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini adalah metode pengumpulan data. Adapun metode yang digunakan peneliti untuk penguumpulan data melalui kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepadaresponden untuk dijawabnya.

Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang diukur. Uji validitas sering digunakan untuk mengukur ketepatan suatu item dalam kuisioner atau skala, apakah item- item pada kuisioner tersebut sudah tepat dalam mengukur apa yang ingin diukur. Pengambilan keputusanya bahwa setiap indikator valid apabila nilai Rhitung lebih besar atau sama dengan Rtabel atau Rhitung berada dibawah 0,05. Untuk menentukan nilai Rhitung, dibantu dengan progam SPSS.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah menyangkut tingkat kepercayaan, keandalan, konsistensi, atau kestabilan suatu pengkuran. Artinya alat ukur tersebutjika digunakan mengukur dua kali atau lebih untuk mengukur gejala yang sama hendaknya menghasilkan pengukuran yang relatif sama dan konsisten. Reliabilitas merupakan satu ciri bahwa suatu instrumenpengukur yang baik.5 Instrumen untuk mengukur masing-masing variabel.

Teknik Analisis Data

Skala yang dipakai untuk mengetahui kepuasan pelanggan dari segi kualitas pelayanan jasa yang telah diberikan adalah skala likert yang terdiri dari: sangat setuju, setuju, kurang setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju.

Uji Asumsi Klasik

Sebelum melakukan analisis regresi, agar dapat perkiraan yang efisiendan tidak bisa, maka dilakukan pengujian asumsi klasik yang harus dipenuhi,yaitu:

Uji Normalitas

Tujuan dari dilakukannya uji normalitas adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau paling tidak mendekati normal. Untuk mendeteksi normalitas dapat menggunakan analisa grafik normal P- P *plot of regression standardized residual.* Deteksinya dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.

Uji Multikoliniaritas

Uji ini bertujuan untuk mengidentifikasi suatu model regresi yang dapat dikatakan baik atau tidak. Serta menguji apakah dalam model regresiditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel bebas, karena jika hal tersebut terjadi maka variabel-variabel tersebut tidak orthogonal atau terjadi kesalahan. Untuk mendeteksi apakah terjadi multikolinearitas dapat diketahui *variance inflation faktor* (VIF) dan toleransi pedoman suatu model regresi yang bebas multikolineritas adalah sebagai berikut:

Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1.Jika nilai VIF lebih dari 10, maka kesimpulannya data tersebut memiliki multikolinieritas. Apabila nilai VIF dibawah 10, maka kesimpulannya data yang kita uji tidak memiliki kolinieritas.

Rumus: VIF = 1/1 - R

Mempunyai angka tolerance mendekati angka 1. Apabila nilaitolerance lebih besar dari 0,01, maka dapat disimpulkan tidak terjadi

multikolinieritas. Sedangkan nilai tolerance data yang di uji lebih kecil dari0,10, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut terjadi multikolinieritas.

a. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari suatu residual pengamatanke pengamatan yang lain. Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat *scatter plot* antara nilai prediksi variabel terikat (ZPRED) dengan residualnya (SRESID). Jika ada titik-titik membentuk pola tertentu yang teratur seperti gelombang, melebar, kemudian menyempit maka telah terjadi heteroskedastisitas.Jika titik-titik menyebar diatas dan

dibawah angka 0 pada sumbu Y tanpa membentuk pola tertentu maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Gambaran Umum

Wardah merupakan brand kosmetik halal asli Indonesia yang berdiri sejak 1995 di bawah PT. Paragon Technology and Innovation (PT. PTI). Didirikan oleh Nurhayati Subakat yang saat ini menjabat sebagai Komisaris PT. PTI, Wardah selalu mengedepankan kualitas untuk mendukung perempuan tampil cantik sesuai karakternya.

Sejak awal, PT. PTI berkomitmen untuk selalu memberi manfaat bagi sekitar. Komitmen tersebut diwujudkan melalui visi perusahaan yaitu: mengembangkan Paragonian, menciptakan kebaikan untuk pelanggan, perbaikan berkesinambungan, tumbuh bersama-sama, memelihara bumi, mendukung pendidikan dan kesehatan bangsa, serta mengembangkan bisnis.

Dengan pengelolaan terbaik, produk berkualitas yang memberi manfaat bagi Paragonian, mitra, masyarakat dan lingkungan pun diciptakan. Bersama-sama, tim Wardah berupaya mewujudkan hari ini yang selalu lebih baik dari hari kemarin.

2. Interpretasi Hasil Penelitian

a. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah, maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden dan mengumpulkan kembali. Peneliti melakukan pengujian analisis data dengan menggunakan program *SPSS versi 16*.

b. Adapun data responden pada penelitian ini berjumlah 102 orang yang berasal dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram angkatan 2020 dengan mayoritas usia 21 tahun yaitu sebesar 60,3%, mayoritas berdasarkan lama pemakaian adalah 1-12 bulan yaitu sebesar 48,4%, dan mayoritas berdasarkan jurusanyaitu jurusan Administrasi Publik yaitu sebanyak 35,4%.

c. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah

Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah dengan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,348. Hal ini menunjukkan bahwa variabelcitra merek secara parsial berpengaruh positif terhadap variable keputusan pembelian atau dengan kata lain jika variabel citra merek ditingkatkansebesar satu poin maka keputusan pembelian pada mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram akan meningkat sebesar 0,348.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial variabel citra merek diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.478 sedangkan nilai t_{tabel} 1,99. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,99 dengan nilai signifikansi sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05 (0,017 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa citra merek (X_1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram artinya jika citra merek ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Maka kesimpulannya Ho ditolak dan H_1 diterima.

Secara umum responden memberi penilaian yang positif tentang variabel citra merek. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang harga produk Wardah terjangkau untuk kalangan mahasiswa, 63% mahasiswamenjawab setuju dan menunjukkan bahwa produk Wardah memiliki harga yang terjangkau. Kemasan produk Wardah praktis dan mudah dibawa kemana-mana 57% mahasiswa menjawab setuju dan memang membeli produk Wardahkarena kemasannya yang praktis. Merek produk Wardah yang mudah diingat dan diucapkan 54% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa produk Wardah merupakan merek yang mudah diingat dan diucapkan. Desainproduk Wardah menarik, 66% mahasiswa menjawab setuju dan membeli produk karena desainnya yang menarik. Produk Wardaj sesuai dengan kebutuhan konsumen, 67% mahasiswa menjawab setuju dan membeli produk karena sesuai dengan kebutuhan. Produk Wardah yang digunakan sangat bermanfaat 54% mahasiswa menjawab setuju dan membeli produk karna bermanfaat untuk wajah. Produk Wardah memiliki citra merek yang positif, 73% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa produk Wardah memiliki citra merek yang positif.

Dengan demikian, secara keseluruhan citra merek produk Wardah yang ditawarkan dinilai sesuai dengan harapan responden. Sehingga semakin meningkat citra merek suatu produk maka dapat memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

d. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah

Hasil penelitian menunjukan bahwa ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah dengan koefisien regresimempunyai nilai positif sebesar 0,473. Hal ini menunjukkan bahwa variabelkualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap variable keputusan pembelian atau dengan kata lain jika variabel kualitas produk ditingkatkan sebesar satu poin maka keputusan pembelian pada mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram akan meningkat sebesar 0,473.

Dari hasil perhitungan uji secara parsial variabel kualitas produk diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4.023 sedangkan nilai t_{tabel} 1,99. Dengan demikian nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ 1,99 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000< 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram, artinya jika kualitas produk ditingkatkan maka keputusan pembelian juga akan meningkat. Maka kesimpulannya Ho ditolak dan H_2 diterima.

Secara umum responden memberikan penilaian yang positif tentang kualitas produk. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden tentang produk Wardah memberikan manfaat yang baik pada wajah, 64% mahasiswamenjawab setuju dan menunjukkan bahwa Wardah memiliki manfaat yang baik. Produk Wardah mengatasi masalah pada wajah, sebanyak 57% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa mahasiswa mementingkan hal tersebut dalam membeli suatu produk. Produk Wardah dapat disimpan dalam waktu lama, 68% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa mahasiswa membeli produk karna daya tahannya yang baik. Kemampuan produk Wardah sesuai dengan yang dijanjikan, 57% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan produk Wardah karena keserasiannya. Harga produk Wardah sesuai dengan kualitasnya, 75% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa Wardah memiliki kualitas yang baik dengan harga yang

terjangkau. Produk Wardah menumbuhkan kepercayaan diri, 63% mahasiswa menjawab setuju dan menunjukkan bahwa produk dibeli karna membuat orang menjadi percaya diri. Produk Wardah memiliki kualitas yang baik. 56%mahasiswa menjawab setuju dan membuktikan bahwa produk Wardah memiliki kualitas yang baik.

Namun demikian, meskipun mayoritas memberikan penilaian yang positif tentang kualitas produk, masih ditemukan responden yang menyatakan kurang setuju khususnya pada Produk Wardah dibuat dengan bahan alami, sebanyak 25% mahasiswa menjawab kurang setuju. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa kurang yakin dengan bahan yang ada pada produk Wardah.

Dengan demikian, secara keseluruhan kualitas produk Wardah yang ditawarkan dinilai sesuai dengan harapan responden. Sehingga semakin baik kualitassuatu produk maka dapat memberi pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

e. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistic F_{hitung} sebesar 62.000 dengan signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05), maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis ke tiga yang menyatakan bahwa "terdapat pengaruh signifikan antara citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah.

Hasil uji determinan R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai determinan R^2 sebesar 0,637 yang berarti bahwa besarnya pengaruh variabel citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Wardah adalah sebesar 63,7% dan sisanya sebesar 36,3% dijelaskan variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Wardah. Dari rumusan masalah maka analisis data yang diajukan pada bab sebelumnya, maka dari itu dapat ditarik beberapa kesimpulan:

1. Citra merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variable citra merek dengan nilai t_{hitung} sebesar 2,478 lebih besar dari t_{tabel} 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,017 lebih kecil dari 0,05 (0,017<0,05). Jadi dengan demikian H_1 diterima. Artinya citra merek Wardah yang positif akan mendorong meningkatnya keputusan pembelian yang dilakukan oleh Mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji t pada variable citra merek dengan nilai t_{hitung} sebesar 4,023 lebih besar dari t_{tabel} 1,99 dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000<0,05). Jadi dengan demikian H_2 diterima. Artinya jika perusahaan tetap menjaga kualitas produk Wardah, penjualan produk akan mengalami peningkatan karena akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang dilakukan oleh mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram.
3. Citra merek dan kualitas produk Wardah berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk Wardah pada Mahasiswa Fisipol Universitas Muhammadiyah Mataram. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik F_{hitung} sebesar 62.000 lebih besar dari F_{tabel} 3,13 dan nilai signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05).

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofyan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Edisi 7*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.

Griffin, Jill. *Customer Loyality: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2003.

Kotler, Phillip. 2004. *Manajemen Pemasaran dari Sudut Pandang Asia*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 3 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga, 1997.

Kotler, Phillip dan Kevin Lane. 2007. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta:PT. Indeks Kelompok Gramedia.

Nasution, M. N. (2005). Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management, Edisi Kedua, Bogor: Ghalia Indonesia.

Schiffman dan Kanuk. 2014. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

Shimp, Terence. 2014. Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan. Promosi. Jakarta: Salemba Empat.

Sujarweni, V. 2014. Wiratna .*Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima, Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi.