

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Samosir, Gio Yuyun

2024

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Dos Ni Roha Cabang Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/301>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT. DOS NI ROHA
CABANG MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



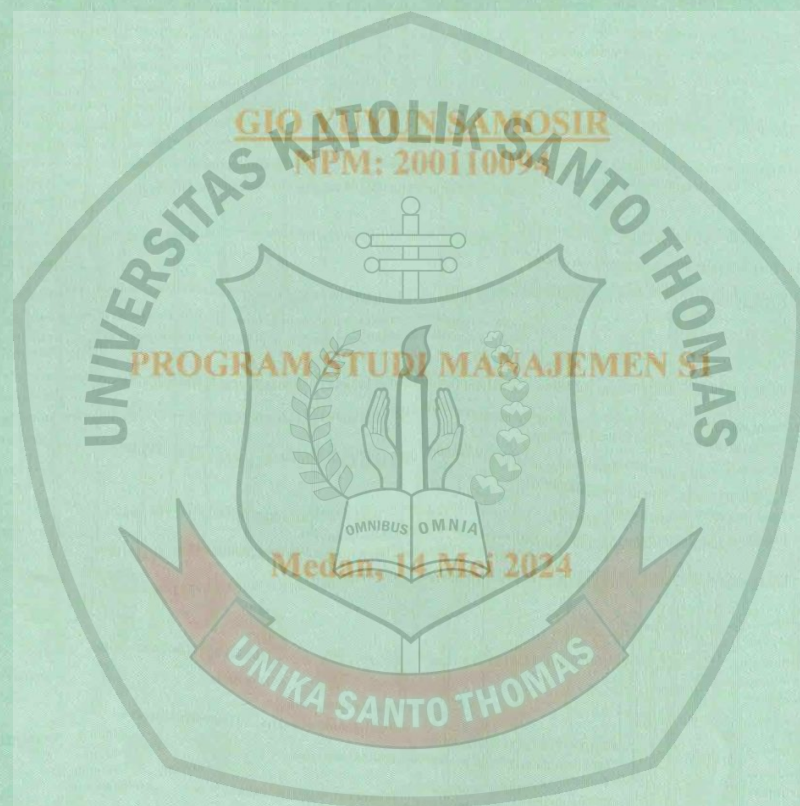
Oleh:

**GIO YUYUN SAMOSIR
200110094**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2024**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT. DOS NI ROHA
CABANG MEDAN**



Disahkan Oleh

Ketua Program Studi


Dr. Miskah Irani Tarigan, S.Sos, MM
NIDN : 0108108002

Disetujui Oleh

Pembimbing



Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA PT. DOS NI ROHA
CABANG MEDAN**

GIO YUYUN SAMOSIR

NPM: 200110094

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 14 Mei 2024

SUSUNAN TIM PENGUJI

Penguji I

Penguji II

Darwis Tamba, SE, M.S
NIDN : 0103058601

Drs. Robinson Sipahutar, MSi
NIDN : 0128106501

Ketua Penguji

Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN : 0128106501

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Program Studi


Dr. Kornel Munthe
NIDN: 0130096702


Dr. Miskah Irani Tarigan, S.Sos,MM
NIDN: 0108108002

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

NAMA : GIO YUYUN SAMOSIR
NPM : 200110094
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
JENJANG PROGRAM : STRATA SATU
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
**JUDUL SKRIPSI : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS
PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT. DNR MEDAN SUNGGAL**

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila di kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 12 Mei 2024
Penulis,

Gio Yuyun Samosir
200110094

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

Nama : Gio Yuyun Samosir
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Raja Maligas, 26 Agustus 2002
Agama : Katolik
Nama Ayah : Olken Samosir, Spd
Nama Ibu : Sondang Sidauruk
Alamat Orang Tua : Raja Maligas
Alamat Penulis : Jl. Setia budi Tanjungsari Gg Horas
Nomor Hp : 081361328353

II. Riwayat Hidup

1. SDN 091547 Raja Maligas : 2008-2014
2. SMP N 2 Hutabayuraja : 2014-2017
3. SMA SW RK Bintang Timur : 2017-2020
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2024.

ABSTRAK

Gio Yuyun Samosir, 200110094, 2024 “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.DNR CABANG MEDAN.

Dosen Pembimbing : Dra. Roslinda Sagala, M.Si

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian pada PT.DNR Cabang Medan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen berupa apotik yang sudah pernah melakukan pembelian produk pada PT.DNR cabang Medan. Jumlah populasi penelitian ini adalah 435 Apotik dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik analisa data yang dipakai dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, regresi linear berganda, uji hipotesis, dan Koefisien Determinasi. Analisis data pada penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS Versi 25.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa persamaan regresi linear berganda yang diperoleh adalah $KP = 1,934 + 0,279X_1 + 0,329X_2 + 0,135X_3 + e$. Hal ini berarti bahwa citra merek, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian pada PT.DNR cabang Medan. Hasil uji t, menunjukkan variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,780 > t_{tabel} 1,660$ dan tingkat signifikan sebesar $0,007 < 0,05$, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,510 > t_{tabel} 1,660$ dan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t_{hitung} sebesar $2,001 > t_{tabel} 1,660$ tingkat signifikan sebesar $0,048 < 0,05$. Hasil uji F menunjukkan bahwa variabel citra merek, kualitas produk dan promosi secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan F_{hitung} yaitu $38,080$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar $0,543$ atau $54,3\%$. Hal ini menunjukkan variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu (citra merek, kualitas produk dan promosi) dan sisanya $45,7\%$ dapat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini seperti harga, diskon dan kepuasan konsumen

Kata Kunci : *Citra Merek, Kualitas Produk, Promosi, Keputusan Pembelian*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karna atas berkat rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT.DNR” Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana (S1) pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

Dalam penulis skripsi ini penulis tidak lepas dari berbagai hambatan dan rintangan namun berkat dukungan, bimbingan, bantuan, motivasi serta doa dari berbagai pihak maka semua hambatan dan rintangan dapat teratasi. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan penghargaan dan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Br. Tarigan**, selaku Ketua Program Studi Manajemen S-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, SE, M.si**, selaku sekretaris Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas.

5. Ibu **Dra. Roslinda Sagala, M.Si** selaku Dosen Pembimbing penulis yang telah memberikan bimbingan, arahan, nasehat serta waktu yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak **Darwis tamba, SE, M.Si**, selaku Dosen penguji satu saya yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
7. Ibu **Drs. Robinson Sipahutar, M.Si**, selaku Dosen penguji dua saya yang telah memberikan saran dan masukan dalam penyempurnaan skripsi ini.
8. Seluruh **Dosen dan Pengawai** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah banyak memberikan pelayanan dan kerjasama yang baik dengan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teristimewa kepada Orang Tua penulis, **Bapak Olken Samosir, Spd dan Ibu Sondang Sidauruk**, yang telah memberikan dukungan, kasih sayang, doa, semangat dan materi serta cinta kasih kepada penulis selama perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
10. Teristimewa kepada saudara penulis, **Bima Samosir, Wesli Samosir, Pandu Samosir dan Palen Tino Samosir** yang telah memberikan semangat, doa, nasehat dan kasih sayang kepada penulis selama perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada teman penulis, **Vitren Silitonga**, yang selalu menemani, mendukung serta membantu saya dalam pengerjaan skripsi ini dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Untuk itu, penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga

skripsi yang telah diselesaikan ini dapat bermanfaat bagi para pembaca. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Medan, Mei 2024
Penulis,

Gio Yuyun Samosir
200110094



DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI	
PENGESAHAN SKRIPSI	
PERNYATAAN ORISINALITAS	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	8
1.3 Rumusan Masalah	9
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Pengertian Pemasaran	11
2.2 Tujuan dan Fungsi Pemasaran.....	12
2.2.1 Tujuan Pemasaran	12
2.2.2 Fungsi Pemasaran.....	13
2.3 Bauran Pemasaran	15
2.4 Citra Merek	18
2.4.1 Pengertian Citra Merek	18
2.4.2 Pengukuran Citra Merek	19
2.4.3 Faktor Pembentuk Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	20
2.4.4 Indikator Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	21
2.4.5 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan pembelian	24
2.5 Kualitas Produk	24

2.5.1 Pengertian Kualitas Produk.....	24
2.5.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	27
2.5.3 Dimensi Kualitas Produk	30
2.5.4 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	31
2.6 Promosi.....	32
2.6.1 Pengertian Promosi	32
2.6.2 Tujuan Promosi	33
2.6.3 Indikator Promosi	33
2.6.4 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan pembelian.....	36
2.7 Keputusan Pembelian.....	37
2.7.1. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	38
2.7.2 Proses Keputusan Pembelian Konsumen.....	40
2.7.3 Indikator Keputusan Pembelian	41
2.8 Kerangka Berpikir	42
2.9. Hipotesis.....	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1. Ruang Lingkup Penelitian.....	44
3.2. Populasi dan Sampel	44
3.2.1. Populasi	44
3.2.2. Sampel.....	45
3.3. Operasionalisasi Variabel.....	46
3.4. Skala Pengukuran Variabel	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisis Data	48
3.6.1 Uji Validitas	48
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	48
3.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	49
3.8 Uji Hipotesis.....	50
3.8.1 Uji Parsial (Uji t)	50
3.8.2. Uji Simultan (Uji F)	51

3.9 Koefisien Determinasi (R^2)	52
3.10 Uji asumsi klasik	53
3.10.1 Uji Normalitas	53
3.10.2 Uji Multikolinieritas	53
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Sejarah Perusahaan.....	55
4.1.1 Sejarah Perusahaan PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan	55
4.1.2 Logo Perusahaan PT. Dos Ni Roha (DNR).....	56
4.1.3 Visi Misi PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan.....	56
4.1.4 Struktur Organisasi PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan	57
4.1.5 Tugas Pokok Jabatan.....	57
4.2 Hasil Penelitian	68
4.2.1 Identitas Responden	68
4.3 Tanggapan Responden	69
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Citra Merek.....	69
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk	70
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Promosi.....	72
4.3.4 Tanggapan Responden Keputusan Pembelian	75
4.4. Teknik Analisis Data	76
4.4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial.....	76
4.3.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan	82
4.5 Uji Asumsi Klasik	84
4.5.1 Uji Normalitas	84
4.5.2 Uji Multikolinearitas	87
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	89
4.5.4 Uji Autokorelasi	90
4.6 Analisis Linier Berganda.....	92
4.7 Uji Hipotesis.....	93

4.7.1 Uji t Parsial (Uji t).....	93
4.7.2 Uji Simultan (Uji F)	95
4.8 Koefisien Determinasi (R^2)	96
4.9 Pembahasan.....	97
4.9.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan.....	97
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan..	97
4.9.3 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan	98
4.9.4 Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. DNR (Dos Ni Roha) Cabang Medan	99
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1 Kesimpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
Daftar Pustaka.....	102

DAFTAR TABEL

No	Nama Tabel	Halaman
Tabel 1.1	Tabel Rencana dan Realisasi Penjualan	6
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	46
Tabel 3.2	Instrument Skala Likert	47
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden	68
Tabel 4.2	Umur Responden	69
Tabel 4.3	Data Instrument Variabel Citra Merek	69
Tabel 4.4	Data Instrument Variabel Kualitas Produk	71
Tabel 4.5	Data Instrument Promosi	73
Tabel 4.6	Data Instrument Keputusan Pembelian	75
Tabel 4.7	Case Processing Summary	77
Tabel 4.8	Reliability Statistics	77
Tabel 4.9	Item Total Statistic	77
Tabel 4.10	Case Processing Summary	78
Tabel 4.11	Reliability Statistic	78
Tabel 4.12	Item Total Statistic	79
Tabel 4.13	Case Processing Summary	79
Tabel 4.14	Reliability Statistic	80
Tabel 4.15	Item Total Statistic	80
Tabel 4.16	Case Processing Summary	81
Tabel 4.17	Reliability Statistic	81
Tabel 4.18	Item Total Statistic	81
Tabel 4.19	Case Processing Summary	82
Tabel 4.20	Reliability Statistic	82
Tabel 4.21	Item Total Statistic	83
Tabel 4.22	Hasil Uji Statistik	87
Tabel 4.23	Hasil Uji Multikolinearitas	88
Tabel 4.24	Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4.25	Hasil Uji Autokorelasi	91
Tabel 4.26	Analisis Regresi Linear Berganda Coefficients	92
Tabel 4.27	Coefficients	94
Tabel 4.28	Hasil Uji Simultan	95
Tabel 4.29	Hasil Koefisien Determinasi	96

DAFTAR GAMBAR

No	Nama Gambar	Halaman
Gambar 1.1	Formulir pengembalian barang	7
Gambar 1.2	Promosi yang dilakukan oleh pihak pabrik	8
Gambar 2.1	Kerangka Berpikir	43
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	85
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas Grafik P-Plot	86



DAFTAR LAMPIRAN

No	Nama Lampiran
1	Kuesioner
2	Jawaban Responden
3	Hasil Pengolahan Data
4	Lembar Pengajuan Judul
5	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Tentang pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji
6	Surat Permohonan Riset
7	Surat Balasan Riset
8	Berita Acara dan Daftar Hadir Seminar Proposal
9	Lembar ACC Penggandaan Skripsi
10	Surat Keterangan Bebas Perpustakaan
11	Undangan Meja Hijau
12	Kartu Bimbingan Skripsi



DAFTAR PUSTAKA

- American Marketing Association* yang Dikutip Oleh Philip Kotler yang Diterjemahkan Oleh Bob Sabran (2009)
- Anang Firmanyah.2019. *Pemasaran Produk dan Merek*, cetakan pertama, penerbit Jasa, Alfabeta, Jawa timur.
- A Shimp, Terence, 2003. *Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Erlangga
- Assuri, S. (2009). *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar Dan Strategi*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada .
- Basu dan Hani (2004). *Manajenen pemasaran perilaku konsumen*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: liberty.
- Basu Swatha, Dharmesta dan Irwan 2012, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Christoper Lovelock & Lauren K. Wright 2007. *Manajemen Pemasaran Jasa*, PT. Indeks, Indonesia
- David Garvin dalam Fandy Tjipnoto. (2016). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: P. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2016. *Service Quality & Amp; Satisfaction*. Edisi ke 4. Cv Andi
- Ferrinadewi, Erna, 2008, *Merek dan Psikologi konsumen Implikasi Pada Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Graha ilmu, Yogyakarta.
- Garvin, David A. 2016. Alih Bahasa Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran Yogyakarta*.
- Goetsch, David, L dan Davis Tjiptono (2000) *Introduction To Total Quality, Productivity, Competitive Ness (Merrill'S International Seris In Engineering Technology)* Englewood Cliffs, Nj, Prentice Hall Intrnasionall Inc
- Kotler dan Keller, 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi Ke Tigabelas Terjemahan Bob Sabran, MM. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi Keduabelas, Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

- Kotler, Philip 2007. *Manajemen Pemasaran* jilid 2, edisi 12, pt indeks, new jersey
- (2002). *Manajemen Pemasaran*. Buku 1. Edisi Milenium (Edisi Ke 10). Alih Bahasa: Drs. Benjamin Molan. PT. Prenhallindo, Jakarta.
- (2008) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: indeks
- Kristianto, Paulus Lilik, (2011). *Psikologi Pemasaran*. Penerbit CAPS, Yogyakarta.
- Sugiono, (2015). *Metode Penelitian, Pendidikan, Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan RND*. Bandung A'Rabeta
- Sumarni, Murti dan Jhon Soeprihanto. (2010). *Pengantar Bisnis (dasar-dasar ekonomi Perusahaan)*. Edidi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen* Edisi Ketujuh. New Jersey: Prentice Hall
- Sciffman dan Kanuk 2007. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, Dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- 2001. *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama. Ando Of Set. Yogyakarta.
- Tjipnoto, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality and Satisfaction* (ed 3). Yogyakarta. Andi.
- Kotler, P., & Keller, KL. (2006). *Marketing Management* (12th ed). New Jersey Pearson Education, Inc
- Kotler, Philip and gary Armstrong. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaraan*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: erlangga
- Kotler, P.at.all. (2012). *Manajemen Pemasaran Persepektif Asia* (pertama). Yogyakarta: Andi publisher
- Lovelock 2002. *Principles Of Service Marketing and Management*. New Jersey Prentice Hall International, Inc
- Soleh Soemirat, Elvinaro Ardianto (2005). *Dasar-Dasar Public Relations*, Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Sugiono, 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

Yoestini dan Rahma, Eva. S. (2007). *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Minat Beli dan Dampaknya Terhadap Keputusan pembelian*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia: 261-276

Jurnal

Asshiddieqi, Fuad dan Mudiantono.2012. Analisis Pengaruh Harga Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Produk Crooa di Distro Ultraa Store Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*. Vol.1,No.1,pp1-9.

Khotimah Khunsul, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdata Indosat Di Kota Malang*

Kotler dan Amstrong, Yadhi. 2008 “*Kualitas Produk, Merek Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio*” *Jurnal EMBA*. Vol 1, No 3

Hidayad Rony, Fatimah Fety, dan Eko Wahyu. *Pengaruh Harga, Promosi dan Citra merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Paket Indosat pada Universitas Muhamadiyah Jember*.

