



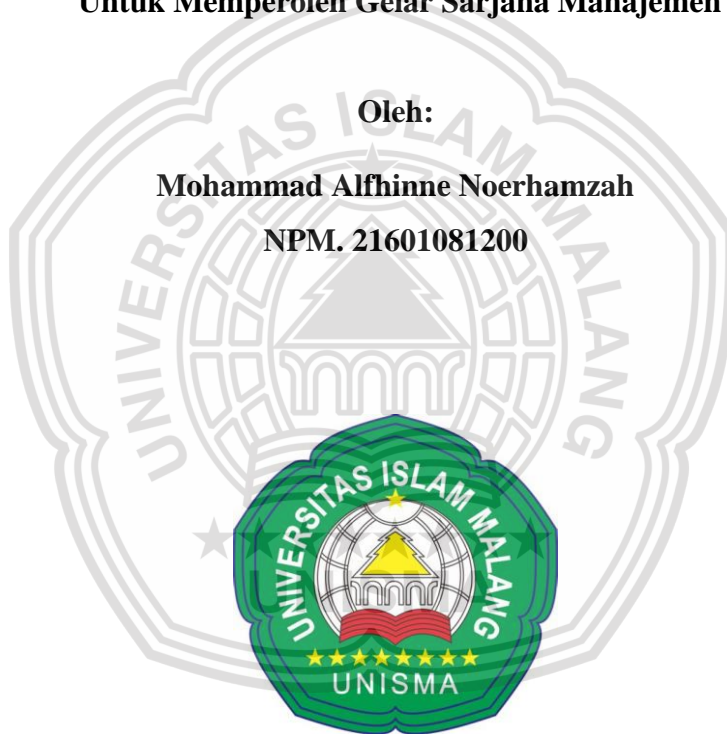
**PENGARUH LOKASI, HARGA, KERAGAMAN MENU TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**
(Study Kasus Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota Malang)

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**

Oleh:

**Mohammad Alphinne Noerhamzah
NPM. 21601081200**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
MALANG**

2021

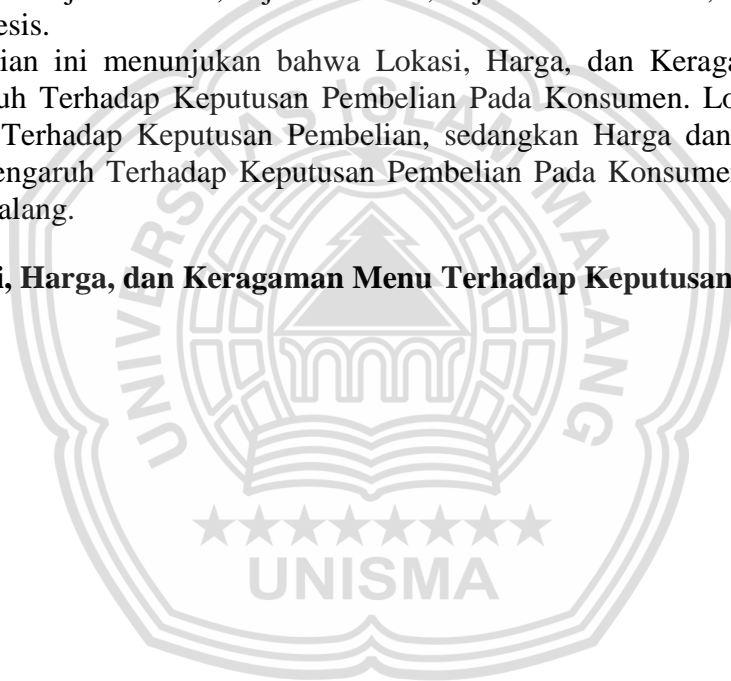
Abstraksi

Tujuan dari Penelitian ini yaitu Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Lokasi, Harga, dan Keragaman Menu secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen dan Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Lokasi, Harga dan Keragaman Menu Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota Malang.

Populasi penelitian ini adalah pelanggan atau konsumen remaja dengan rentang usia 16 tahun – 30 tahun yang pernah berkunjung ke Cokelat Klasik Candi Badut Kota Malang. Berdasarkan hasil perhitungan maka jumlah sampel yang digunakan sebesar 100 responden. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan SPSS. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan, maka jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan teknik pengujian data yang digunakan yaitu Uji Validitas, Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Lokasi, Harga, dan Keragaman Menu secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen. Lokasi secara Parsial Tidak Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian, sedangkan Harga dan Keragaman Menu Secara Parsial Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota Malang.

Kata Kunci: Lokasi, Harga, dan Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian



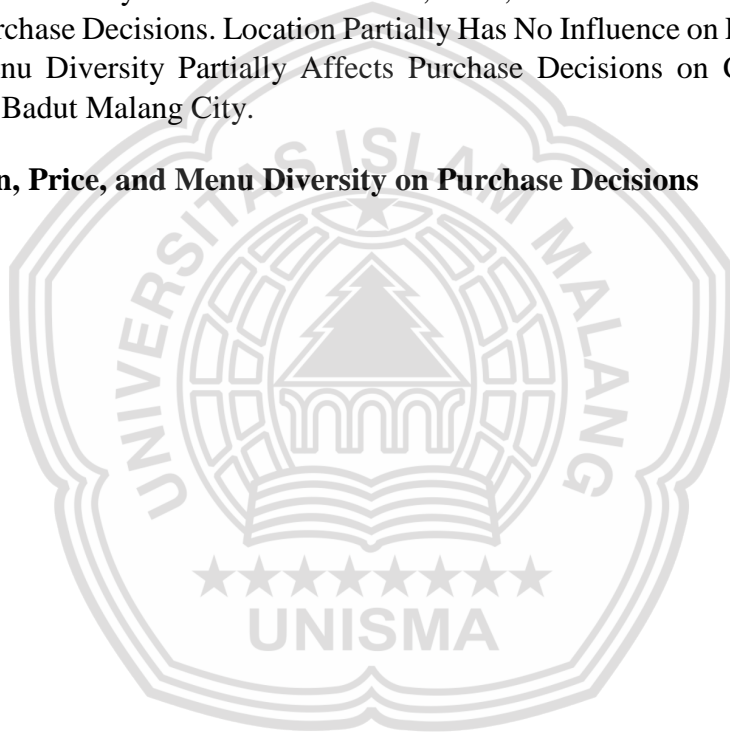
Abstract

The purpose of this study is to find out and analyze whether location, price, and menu diversity simultaneously affect consumer purchasing decisions and to find out and analyze whether location, price and menu diversity partially affect purchasing decisions for classic chocolate consumers at Candi Badut. Malang city.

The population of this research is customers or adolescent consumers with an age range of 16 years - 30 years who have visited the Classic Chocolate Temple Badut Malang City. Based on the calculation results, the number of samples used is 100 respondents. Data analysis in this study using SPSS. Based on the problems that have been described, this type of research uses a quantitative approach and the data testing techniques used are Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test, Hypothesis Testing.

The results of this study indicate that Location, Price, and Menu Diversity Simultaneously Affect Consumer Purchase Decisions. Location Partially Has No Influence on Purchase Decisions, while Price and Menu Diversity Partially Affects Purchase Decisions on Classical Chocolate Consumers at Candi Badut Malang City.

Keywords: Location, Price, and Menu Diversity on Purchase Decisions



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Saat ini industri makanan dan minuman merupakan bisnis yang menjanjikan untuk digeluti dan mempunyai potensi yang tinggi untuk terus berkembang dan menguntungkan, bahkan bisnis makanan dan minuman atau yang biasa kita sebut bisnis kuliner ini merupakan suatu bisnis yang tidak akan pernah dikesampingkan karena keduanya merupakan salah satu kebutuhan primer atau kebutuhan pokok semua orang. Saat itu pula dunia mengalami perubahan yang signifikan dalam gaya hidup, tidak terkecuali Indonesia. Perubahan gaya hidup terjadi disebabkan oleh perkembangan teknologi yang pesat, dan pola pikir masyarakat yang praktis. Dengan gaya pola hidup yang serba kepraktisan ini lah yang berimbas pada kebiasaan-kebiasaan kecil masyarakat terutama para pemuda.

Dengan maraknya bisnis kuliner saat ini, terutama pada bisnis cafe adalah suatu bisnis yang mulai dan sering bermunculan dan sangat digemari oleh para kaum pemuda. Tidak hanya pemuda, bahkan semua dikalangan usia juga menggemari cafe itu sendiri. Hal ini menjadi peluang besar bagi pebisnis usaha cafe. Menurut Budiningsih (2009:51), “cafe merupakan restoran kecil yang berada diluar hotel dengan memiliki pilihan menu yang terbatas dan tidak menjual minuman yang beralkohol tinggi, tetapi tersedia minuman sejenis bir, soft drink, teh, kopi, rokok, cake, cemilan, dan lain-lain”.

Dimasa kini Kota Malang memang lagi trend dengan dengan cafe-cafe atau tempat-tempat makan yang menjadi rujukan para pencinta kuliner. Disisi lain Kota Malang juga menjadi Kota Pendidikan yang banyak ditinggali pendatang dari daerah lain. Oleh karena itu hampir di setiap sudut Kota Malang ini banyak terdapat berbagai macam tempat untuk menikmati kuliner, misalnya kedai atau cafe yang mejual berbagai makanan dan minuman yang memiliki ciri khas yang berbeda satu sama lain, contohnya saja Cokelat Klasik yang bertempat di Candi badut Kota Malang, Cafe yang memiliki varian minuman khas dari bahan dasar“kakao” cokelat yang ada inovasi campuran dengan coffedan ada yang sekarang banyak di gemari oleh masyarakat Kota Malang atau masyarakat urban. Persaingan yang ketat antara produk kuliner minuman, membuat Cokelat Klasik lebih berhati-hati dalam merancang pemasarannya untuk menarik minat konsumen. Salah satu cara agar dapat merebut mangsa pasar adalah dengan memperoleh pelanggan sebanyak-banyaknya. Pelaku usaha akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara pelaku usaha penyedia produk dan jasa dengan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan pelaku usaha.

Hal-hal yang harus diperhatikan agar suatu perusahaan bisa berkembang dan dapat terus memenangkan persaingan, perusahaan tersebut harus memperhatikan berbagai faktor-faktor yang menjadi salah satu penyebab

keberhasilan suatu bisnis, salah satu diantaranya adalah faktor persepsi konsumen yang memengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan dalam memilih tempat. Karena, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segalanya dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam kapasitas memuaskan keputusan yang dibuat oleh konsumen akan menentukan kesuksesan dalam berbisnis.

Pada dasarnya keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan usaha. Konsumen sering dihadapkan dengan beberapa pilihan dalam menggunakan suatu produk. Hal tersebut menyebabkan konsumen harus mempertimbangkan baik-baik sebelum mengambil keputusan untuk membeli. Menurut Kinnear dan Taylor (2012:1), “minat membeli merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi”, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan. Karena, konsumen sekarang semakin cerdas dan cermat, lebih banyak menuntut, tidak lagi bisa dipuaskan dengan sekedar menyajikan *trade off* antara harga dan kualitas produk. Tetapi mereka menuntut enam hal sekaligus seperti produk berkualitas tinggi, harga yang wajar disertai syarat pembayaran yang mudah, penyerahan produk yang cepat, layanan khusus, produk yang memiliki tingkat fleksibilitas tinggi, dan akrab dengan pemakai. Pemahaman tentang bagaimana konsumen menanggapi

tawaran perusahaan, memilih, serta memutuskan produk yang akan dibeli adalah merupakan kunci suksesan dalam pencapaian tujuan perusahaan. Untuk memahami konsumen dimulai dengan memahami kebutuhan dan keinginan yang menjadi motivasi. Karena pemahaman motivasi konsumen dapat diperkirakan perilaku yang akan diekspresikan oleh konsumen sehingga pemasar dapat merancang rangsangan yang lebih tepat sehingga dalam melayani konsumen akan lebih baik dibanding pesaingnya. Oleh karena itu memahami perilaku konsumen terutama variabel kebutuhan dan keinginan konsumen sebagai motivasi adalah syarat mutlak bagi keberhasilan perusahaan. Sehingga saat ini semakin banyak dibuka cafe diberbagai tempat baik di Kota besar maupun di Kota kecil, termasuk di Kota Malang.

Dalam memilih suatu lokasi ini juga sangat penting di setiap pebisnis, dikarekan lokasi merupakan kunci segala aspek pemasaran bagi eceran maupun bisnis jasa. Menurut Berman & Evans (Fure,2013:4), “lokasi merupakan faktor yang sangat penting dikarenakan dalam lokasi yang tepat dan strategis pada sebuah gerai atau toko akan lebih sukses dibandingkan gerai lainnya yang berlokasi kurang strategis”. Lokasi suatu usaha juga menentukan keberhasilan usaha tersebut, sebisa mungkin lokasi suatu usaha adalah lokasi yang strategis, dekat dengan keramaian, memiliki akses yang mudah. Menurut Jeni Raharjani (Oetomo 2012:6), “konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman produk yang ditawarkan oleh penjual”. Semua hal tersebut dilakukan perusahaan agar terjadi kenaikan daritingkat pembelian konsumen.

Karena, terdapat berbagai macam produk sejenis yang ditawarkan oleh berbagai macam perusahaan.

Menurut Ali & Waluyo (2013). “Keragaman Menu adalah mulai dari rasa, ukuran juga kualitas serta ketersediaan produk tersebut mempunyai arti yang sama dengan keragaman menu”. Sedangkan menurut peneliti ber argument bahwa konsumen memerlukan berbagai pilihan dalam memilih suatu makanan dan minuman yang diinginkan mereka. Hal tersebut disebabkan oleh konsumen yang memiliki selera berbeda-beda, Keragaman Menu merupakan suatu faktor yang penting agar dapat memperluas target pasar dan juga memenuhi keinginan yang berbeda.

Namun perlu kita ketahui bahwa ketika konsumen melakukan pembelian suatu produk selalu ada faktor-faktor yang mempengaruhinya dalam memutuskan pembelian. Salah satunya yaitu faktor harga, karena tinggi rendahnya suatu harga selalu menjadi perhatian utama para konsumen saat mereka mencari suatu produk. Menurut Kotler dan Armstrong (2012), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sehingga harga yang ditawarkan menjadi bahan pertimbangan khusus, sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang maupun menggunakan suatu jasa. Sehingga penetapan strategi harga sangat berpengaruh terhadap penjualan maupun pemasaran produk yang ditawarkan.

Disisi lain, masyarakat sebagai pasar sasaran pebisnis memiliki banyak hal yang perlu dipertimbangkan dalam berbelanja dalam upaya memenuhi kebutuhan sehari-hari. Apapun namanya, faktor ekonomi menjadi faktor utama yang memiliki dampak berantai. Daya beli konsumen pun bergeser sehingga pengusaha juga harus cerdas memainkan faktor harga. Perilaku konsumen bukanlah sekedar mengenai pembelian barang. Tetapi juga melibatkan pertukaran antara dua pihak atau lebih, dimana masing-masing pihak memberi dan menerima sesuatu yang berharga. Cokelat Klasik café merupakan café yang menyajikan aneka minuman varian berbagai rasa coklat sebagai sajian utamanya. Café ini terbilang sangat luas dan berkonsep outdoor garden. Café ini biasanya berada di kawasan bukit dan berada sedikit lebih tinggi dari kawasan Kota Malang. Sehingga pengunjung dapat menikmati view terbaik dan dapat menikmati cahaya lampu disekitarnya. Pemanfaatan café terbaik di café ini yaitu café ini dapat dinikmati pengunjung pada sore hingga malam hari, karena pada saat senja lampu-lampu akan dinyalakan dan suasana akan lebih terkesan romantic. Pilihan tempat duduknya juga beragam, pengunjung dapat memilih bangku dengan dua tempat duduk hingga lebih dari enam tempat duduk. Café ini juga terdapat pilihan outdoor dan semi outdoor. Sehingga café ini sangat cocok didatangi berpasangan maupun beramai-ramai dengan teman. Terlebih harga yang ditawarkan di café ini cukup terjangkau.

Banyaknya cafe yang bermunculan saat ini merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat Kota maupun masyarakat desa. Pada kondisi seperti ini banyak dari kalangan pelajar atau mahasiswa khususnya, yang gemar

melakukan aktivitasnya di sebuah café, seperti rapat bersama, mengerjakan tugas individu maupun kelompok ataupun kegiatan lainnya. Kondisi semacam ini mencerminkan suatu fenomena yang terjadi bahwa masyarakat menjadi semakin kritis dalam memilih tempat untuk berkumpul bersama teman maupun keluarga. Sifat kritis tersebut dicirikan antara lain masyarakat menginginkan produk dan pelayanan yang berkualitas, fasilitas yang memuaskan seperti disediakan free wifi, wastafel cuci tangan, toilet, yang semuanya terdapat dalam satu café khususnya pada Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang. Serta lokasi yang tidak jauh dari tempat tinggal, cukup strategis untuk dilalui serta tempat parkir yang luas dan aman. Sehingga, hal tersebut menjadikan faktor yang sangat penting dan harus diperhatikan perusahaan karena akan menjadi bahan pertimbangan bagi konsumen untuk memilih cafe mana yang akan didatangi. Maka dengan adanya fenomena seperti itu merupakan suatu persaingan yang sangat ketat diakrenakan para pebisnis atau pengusaha cafe harus memiliki inovasi dan kreativitas guna menarik perhatian konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga, Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian (Study Kasus Pada Konsumen Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang)”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Apakah Lokasi, Harga, dan Keragaman Menu secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?
2. Apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?
3. Apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?
4. Apakah Keragaman Menu Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?

1.3. Tujuan Penelitian

Dari rumusan yang telah diuraikan, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk:

1. Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Lokasi, Harga, dan Keragaman Menu secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?
2. Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Lokasi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?

5. Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?
6. Untuk Mengetahui dan Menganalisis apakah Keragaman Menu Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Coklat Klasik Di Candi Badut Kota malang ?

1.4. Manfaat Penelitian

1. Bagi mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan terhadap kalangan mahasiswa mengenai lokasi, harga, dan keragaman menu secara simultan terhadap keputusan pembelian serta keterkaitannya.
2. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan pengalaman mengenai hasil ini.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi dan memberikan sumbangsih konseptual untuk ilmu pengetahuan khususnya di bidang pemasaran dan juga dapat berguna bagi para pihak yang ingin menelitinya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Kesimpulan yang peneliti dapatkan dari hasil menganalisis data penelitian ini yang menggunakan program IBM SPSS *statistic 22*, dan dilakukan pada Cokelat Klasik di Badut Kota Malang mengenai “Lokasi, Harga, Keragaman Menu Terhadap Keputusan Pembelian”. Dalam penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 100 konsumen Cokelat Klasik di Candi Badut Kota. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tersebut, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Lokasi, Harga dan Keragaman Menu di Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
2. Lokasi Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang secara individu tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
3. Harga yang ditawarkan di Cokelat Klasik di badut Kota Malang secara individu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.
4. Keragaman Menu atau macam-macam menu yang di sajikan di Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang secara individu berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5.2. Keterbatasan Penelitian

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna, dikarenakan ada problematika dan kendala yang dialami peneliti. Sehingga peneliti perlu mengemukakan apa saja yang menjadi keterbatasan-keterbatasan yang nantinya bisa diantisipasi oleh peneliti selanjutnya ketika penelitian ini dijadikan rujukan. Ada beberapa masalah-masalah yang menjadi kendala pada saat peneliti mengerjakan penelitian ini diantaranya yaitu:

1. Pada saat pelaksanaan peneliti melakukan dengan waktu yang terbatas dan tidak sesuai dengan waktu yang diperkirakan peneliti dan juga disebabkan ada faktor eksternal yang menghambat penelitian ini diantaranya yaitu masih pada masa pandemic COVID 19 yang mengakibatkan proses tidak sesuai yang diharapkan.
2. Objek penelitian ini hanya menggunakan sebagian kecil dari total konsumen yang pernah membeli di Cokelat Klasik di Candi Badut Kota Malang dan sebaran pengumpulan datanya tidak merata.
3. Peneliti hanya menggunakan tiga variabel dalam memprediksi dan menganalisa Keputusan Pembelian.

5.3. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian ini dan sudah digambarkan sebelumnya, maka peneliti dapat memberikan saran Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk merencanakan dan mengonsep yang matang mengenai pemrosesan dalam melaksanakan penelitian dengan melakukan pertimbangan terlebih dahulu masalah-masalah yang kemungkinan dihadapi serta menyiapkan opsi-opsi lain.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Waluyo & Listiyorini. 2013. *Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian*. *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. Hal. 1-9.
- Alma, B. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta : Bandung.
- Anwar, Sanusi. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Salemba Empat.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Ariyan, Hendi. 2012. *Pengaruh Brand Awareness dan Kepercayaan Konsumen Atas merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Minuman Aqua di Kota Padang*. *Jurnal Nasional Mahasiswa Universitas Negeri Padang*. Vol.8 No 1. Hal. 1-23.
- Benson, Robert J., Thomas L. Bugnitz and William B. Walton. 2007. *From Business Strategy to IT Action*. Right Decisions for a Bottom Line. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc.
- Daryanto, 2013. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera : Bandung.
- Fure, Hendra. 2013. *Lokasi, Keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional bersehati calaca*. *Jurnal EMBA Vol.1-3, ISSN 2303-117*.
- Ghozali, Imam, Hengky Latan. 2015. *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris*. BP Undip : Semarang.
- Indriantoro, Nur and Bambang Supomo. 2014. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Edisi 1. Yogyakarta: BPF.
- Khoiriyah, Nurul, F. 2018. *Pengaruh Ragam Menu, Lokasi, dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Pelanggan Rumah Makan Joglo Manis dan Rumah Makan Mbok Mingkem Ponorogo*. Skripsi. Fakultas Syariah : Institut Agama Islam Negeri Diponorogo.

- Kinney, T.C. dan Taylor, J.R. 2012. *Marketing Research: An Applied Approach*. New York: McGraw Hill.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Malhotra, Naresh K. 2006. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan*. Jakarta : PT. Indeks.
- Nur, Wahyunita. 2016. *Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar*. Skripsi. Universitas Negeri Alauddin : Makassar.
- Oetomo, Rahadian Ali dan Rini Nugraheni. 2012. *Analisis Pengaruh Keragaman Menu, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi Pada Restoran Waroeng Taman Singosari Semarang)*. Jurnal Manajemen Vol.2 No. 1.
- Pratiwi, Astika. 2016. *Pengaruh Lokasi, Harga, dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari*. Skripsi. Fakultas Ekonomi : Universitas Negeri Jogja
- Qin, H., Prybutok, V. R., & Zhao, Q. 2010. *Perceived Service Quality In FastFood Restaurants: Empirical Evidence From China*. International Journal of Quality & Reliability Management . Hal. 424-430.
- Ratna W.D.P, S., & Noviansyah Rizal, S. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Wonokromo: Azyan Mitra Media.
- Santoso, Singgih. 2012. *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Setianingsih, Riana Dewi. 2016. *Pengaruh Selebriti Pendukung dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Elzatta pada Mahasiswi Jember*. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Jember.
- Stanton, William, J. 1998. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketujuh, Jilid I. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

