

PENGARUH KUAITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN DISPLAY PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PRIA MERK NEVADA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KEDIRI

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri



Oleh:

IKA WAHYUNINGTYAS NPM. 11.1.02.02.0354

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI 2015

Ika Wahyuningstyas | NPM: 11.1.02.02.0354 simki.unpkediri.ac.id FE - Manajemen | | 1 | 1 |



Skripsi oleh:

IKA WAHYUNINGTTYAS

NIM. 11.1.02.02.0354

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN DISPLAY PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PRIA MERK NEVADA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KEDIRI

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan
FE Manajemen UNP Kediri

Tanggal: 12 Juni 2015

Pembimbing I

Pembimbing II

NIDN: 0723105703

Sigit Puji Winarko, S. E, S. Pd., M. Ak

NIDN. 0716057101



Skripsi oleh:

IKA WAHYUNINGTTYAS

NIM. 11.1.02.02.0354

Judul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN DISPLAY PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PRIA MERK NEVADA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Jurusan FE Manajemen UNP Kediri

Pada tanggal: 15 Agustus 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua

: Dr. Subagyo, M. M

2. Penguji I

: Drs. Ec. Ichsanudin, M. M

3. Penguji II

: Suhardi, S.E, M. Pd

HRSITAS Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Dr.\Sri\Aliami

NIDN, 0716086403



PENGARUH KUAITAS PELAYANAN, CITRA TOKO DAN *DISPLAY*PRODUCT TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PAKAIAN PRIA MERK NEVADA PADA MATAHARI DEPARTMENT STORE KEDIRI

IKA WAHYUNINGTYAS NPM. 11.1.02.02.0354 FE – Manajemen

Email: ika.wahyuningtyas2@gmail.com

Drs. Ec. Ichsanudin, M.M ¹ dan Sigit Puji Winarko, S. E, S. Pd., M. Ak ² UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan dan pengalaman peneliti, bahwa terdapat persaingan yang dinamis dalam dunia bisnis ritel. Para pengusaha haruslah berupaya meningkatkan kualitas manajerialnya secara kompleks guna mempertahankan eksistensinya. Beberapa hal yang dapat dilakukan perusaan untuk dapat mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen ialah dengan peningkatan kualitas pelayanan, citra toko dan *display product*.

Permasalahan penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhdap keputusan pembelian? (2) Bagaimana pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Kediri? (3) Bagaimana pengaruh *display product* terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Kediri? (4) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, citra toko, dan *display product* terhdap keputusan pembelian?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dengan subyek penelitian konsumen pada Matahari *Department Store* Kediri. teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolineritas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik parsial (uji t), dan uji statistik secara simultan (uji F).

Hasil uji secara parsial (uji t) dan uji statistik secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, citra toko, dan *display product* mempunyai pengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, disarankan agar Matahari *department Store* Kediri mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan, citra toko dan *display product*, agar mampu menghadapi persaingan dalam profesi yang sama. Selain itu perusahaan haruslah meningkatkan keunggulan kompetitif dan komparatif secara berkesinambungan agar tercipta suasana yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, citra toko, display product, keputusan pembelian.

Ika Wahyuningstyas | NPM: 11.1.02.02.0354 simki.unpkediri.ac.id FE - Manajemen | | 4 | |



I. LATAR BELAKANG

Dunia bisnis saat ini tumbuh dengan begitu pesat, bahkan hampir saja tidak ada celah untuk mengisi ruang-ruang kosong dalam dunia bisnis demikian halnya dibidang bisnis ritel.

Menurut prediksi Asosiasi Pengusaha Ritel Indonesia (Aprindo), pertumbuhan sektor ritel pada 2014 meningkat tajam sejalan dengan proyeksi pertumbuhan ekonomi domestik yang terus meningkat. Pertumbuhan retail modern terutama terjadi pada minimarket, convenience store, dan hypermarket. Tahun lalu, omzet modern retail mampu bertumbuh 10-11 persen dengan total penjualan mencapai 150 triliun rupiah. Pertumbuhan retail modern ini didorong oleh ekspansi usaha hypermarket skala multinasional seperti Carefour, Hypermart, Giant dan pesaingnya yang menguasai sekitar 88 persen pangsa pasar (www.koranjakarta.com/ Senin, 10 Maret 2014).

Perkembangan bisnis ritel di Indonesia telah menimbulkan persaingan yang ketat antara perusahaan ritel dalam memasarkan dan menjual barang-barang konsumsi rumah tangga, mulai pakaian, sepatu, tas, peralatan kecantikan hingga alat-alat rumah tangga dan barangbarang elektronik yang lazim dikenal dalam suatu istilah retail business atau bisnis ritel. Dengan semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis

mengharuskan perusahaan untuk memiliki keunggulan kompetitif (competitive advantage) dan keunggulan komparatif (comparative advantage) yang berkesinambungan. Guna mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, dalam situasi demikian para pengusaha dituntut untuk melakukan pelayanan yang optimal serta melakukan perbaikan secara intensif dari segala sektor.

Matahari Department Store Kediri merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bisnis retail modern yang menyediakan kebutuhan fasion kebutuhan pokok bagi masyarakat. Dalam bisnisnya Matahari Department Store Kediri memiliki beberapa pesaing, seperti PT. Ramayana Lestari Sentosa (Ramayana Department Store), PT. Alpha Retailindo dan *modern retail* lainnya. Untuk tetap dapat bersaing dalam dunia bisnis yang semakin ketat, diperlukan keseriusan pemilik dan para anggota manajerialnya untuk dapat meningkatkan ketertarikan dan minat konsumen agar mereka terpikat berkunjung dan melakukan keputusan pembelian di Matahari Department Store Kediri.

Hal inilah yang mendorong penulis untuk membuat penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Toko dan Display Product Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Pria Merk Nevada Pada Matahari Department Store Kediri".



II. METODE

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

a. Variabel Independen atau bebas (X)

Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi Variabel dependen, baik pengaruhnya positif maupun pengaruhnya negatif. Dalam penelitian ini variabelnya adalah kualitas pelayanan (X1), citra toko (X2), dan display product (X3).

b. Variabel Dependen atau terikat (Y)

Yaitu variabel yang menjadi pusat perhatian utama peneliti. Hakikat sebuah masalah mudah terlihat dengan mengenali berbagai variabel terikat yang digunakan dalam sebuah model. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan merumuskan hipotesis, selanjutnya hipotesis tersebut akan diuji dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana data-data yang diperoleh akan dihitung dengan menggunakan rumus dan diuji secara statistik.

Teknik penelitian pada penelitian ini menggunakan metode *survey* yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara mengawasi, meneliti, serta mengecek data-

data yang berbentuk uraian kata atau laporan, kemudian dianalisis dengan cara membandingkan antara kenyataan yang ada di perusahaan dengan teori-teori yang ada. Menurut Kerlinger dalam Sugiono (2007:7), "Penelitian *survey* adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar / kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data sampel yang diambil dari populasi".

Menurut Suharyadi dan Purwanto (2009: 7),

Populasi adalah kumpulan dari semua kemungkinan orang-orang, benda-benda, dan ukuran lainnya, yang menjadi obyek perhatian atau kumpulan seluruh obyek yang menjadi perhatian dalam sebuah penelitian.

Dengan demikian populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Matahari *Department Store* Kediri, yang telah membeli pakaian pria merk Nevada.

Adapun jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 63 orang responden yang merupakan konsumen pakaian pria merk nevada dan telah melakukan pembelian lebih dari dua kali di Matahari Department Store Kediri. Dalam penelitian ini. peneliti menggunakan teknik Nonprobability Sampling, dimana tidak tidak setiap semua populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel. Jenis yang digunakan purposive sampling / judgment sampling yaitu teknik pengambilan sampling yang



sampelnya dipilih berasarkan penilaian peneliti bahwa dia atau seseorang tersebut yang paling baik untuk dijadikan sampel penelitiannya, dengan kriteria sampel telah menggunakan / membeli produk sebanyak lebih dari dua kali.

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner. Angket atau kuesioner ini menggunakan skala pengukuran yang disebut skala *Likert*. Sugiyono (2008:93) menjelaskan bahwa "Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial / variabel penelitian".

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut.

Sugiyono (2004:138) mengatakan bahwa,

Cara yang digunakan adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan dikorelasikan dengan total nilai seluruh butir pertanyaan untuk suatu variabel dengan menggunakan rumus korelasi product moment.

Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai r hitung > dari nilai r tabel. Penghitungan uji validitas dilakukan menggunakan program SPSS v.20 *for windows*.

III. HASIL DAN KESIMPULAN Hasil

Tabel 4.1 Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan

		SKOR									
No ·	Pernyataan	SS	S	5	S	C	cs	K	S	SI	KS
		5		4	1		3	2		1	1
	Kualitas Pelayanan	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	X1.1.1	17	2	17	59	9	1 4				
2	X1.1.2	14	2 2	40	63	9	1 4				
3	X1.2.1	20	3	39	62	4	6				
4	X1.2.2	5	8	56	89	2	3				
5	X1.3.1	16	2 5	38	60	9	1 4				
6	X1.3.2	15	2 3	38	60	8	1 3	2	3		
7	X1.4.1	16	2 5	37	59	1 0	1 6				
8	X1.4.2	11	1 7	43	68	9	1 4				
9	X1.5.1	19	3	34	54	9	1 4	1	2		
10	X1.5.2	17	2 7	37	59	9	1 4				

Sumber: Data primer, diolah 2015

Tabel 4.2 Tanggapan Responden terhadap Citra Toko

		SKOR									
NO.	Pernyataan	s	s	5	S	C	:S	K	S	S	KS
		5	5	4		:	3	2	2		1
	Citra Toko	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%
1	X2.1.1	16	25	38	60	9	14				
2	X2.1.2	15	23	38	60	8	13	2	3		
3	X2.2.1	16	25	37	59	10	16				
4	X2.2.2	11	17	43	68	9	14				
5	X2.3.1	19	30	34	54	9	14	1	2		
6	X2.3.2	17	27	37	59	9	14				
7	X2.4.1	17	2	17	59	9	14				
8	X2.4.2	14	22	40	63	9	14				
9	X2.5.1	20	31	39	62	4	6				
10	X2.5.2	5	8	56	89	2	3				

Sumber: Data primer, diolah 2015



Artikel Skripsi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tabel 4.3 Tanggapan Responden terhadap Display Product

	Pernyata an		SKOR									
N o.				ss s		CS		KS		SKS		
				i	4	1		3		2	1	l
	Display Product	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1	X3.1.1	1 4	2 2	40	63	9	14					
2	X3.1.2	2 0	3	39	62	4	6					
3	X3.2.1	5	8	56	89	2	3					
4	X3.2.2	1	1 7	43	68	9	14					
5	X3.3.1	1 9	3	34	54	9	14	1	2			
6	X3.3.2	1 7	2 7	37	59	9	14					

Sumber: Data primer, diolah 2015

Tabel 4.4 Tanggapan Responden terhadap Keputusan Pembelian

						SF	KOR					
N o.	Pernyataa n	SS	S	s		·	CS	1	KS	SI	ΚS	
					4			3		2	1	l
	Keputusa n Pembelian	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	Σ	%	
1	Y.1.1	15	2 3	38	6	8	13	2	3			
2	Y.1.2	5	8	56	8 9	2	3					
3	Y.2.1	16	2 5	37	5 9	1 0	16					
4	Y.2.2	11	1 7	43	6 8	9	14					
5	Y.3.1	19	3	34	5 4	9	14	1	2			
6	Y.3.2	17	2 7	37	5 9	9	14					
7	Y.4.1	14	2 2	40	6	9	14					
8	Y.4.2	20	3	39	6 2	4	6					

Sumber: Data primer, diolah 2015

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner

No	Butir Dalam Kuesioner	r-hitung	r-tabel	Keterangan
	Kualitas			
	Pelayanan			
1	X1.1.1	0,724	0,252	Valid
2	X1.1.2	0,723	0,252	Valid
3	X1.2.1	0,613	0,252	Valid
4	X1.2.2	0,527	0,252	Valid
5	X1.3.1	0,773	0,252	Valid
6	X1.3.2	0,820	0,252	Valid
7	X1.4.1	0,601	0,252	Valid
8	X1.4.2	0,604	0,252	Valid
9	X1.5.1	0,761	0,252	Valid
10	X1.5.2	0,699	0,252	Valid
	Citra Toko			
11	X2.1.1	0,781	0,252	Valid

Ika Wahyuningstyas | NPM: 11.1.02.02.0354 FE - Manajemen

12 X2.1.2 Valid 13 X2.2.1 Valid 0,628 0,252 14 X2.2.2 0,627 0,252 Valid 0,252 X2.3.1 0,773 Valid 15 16 X2.3.2 0,592 0,252 Valid X2.4.1 0,252 Valid 17 0,467 18 X2.4.20,495 0,252 Valid X2.5.1 19 0,398 0,252 Valid 0,252 Valid 20 X2.5.2 0,361 Display Product 21 X3.1.1 0,506 0,252 Valid 0,439 22 X3.1.2 0,252 Valid 23 X3.2.1 0,505 0,252 Valid 24 X3.2.2 0,252 0,516 Valid 25 X3.3.1 0,512 0,252 Valid 26 0,499 0,252 Valid X3.3.2 Keputusan Pembelian 27 0,778 0,252 Valid Y.1.1 28 Y.1.2 0,862 0,252 Valid 29 Y.2.1 0,498 0,252 Valid 30 Y.2.2 0,744 0,252 Valid 31 Y.3.1 0,925 0,252 Valid 32 Y.3.2 0,758 0,252 Valid 33 0,700 Valid Y.4.1 0,252 0,882 Valid Y.4.2 0,252 Sumber: Output SPSS v.20

Tabel 4.6 Hasil Pengujian Reliabilitas

No	Butir Dalam Kuesioner	Nilai Alpha	Status
1.	X_1	0,864	Reliabel
2.	X_2	0,789	Reliabel
3.	X_3	0,898	Reliabel
4.	Y	0,902	Reliabel

Sumber: Output SPSS v.20

Tabel 4.7 Hasil Pengujian Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

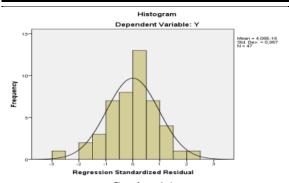
		X1	X2	Х3	Y
N		63	63	63	63
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41,047 6	41,2222	31,142 9	33,507 9
Normal Farameters	Std. Deviation	4,0933 8	3,51698	7,2464 8	3,9589 5
Most Extreme	Absolute	,172	,111	,120	,161
Differences	Positive Negative	,172 -,166	,072 -,111	,120 -,083	,140 -,161
Kolmogorov-Smirnov Z		1,369	,884	,949	1,279
Asymp. Sig. (2-tailed)		,472	,416	,328	,376

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

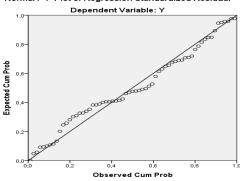
simki.unpkediri.ac.id





Gambar 4.1 Histogram normalitas Sumber : Output SPSS v.20

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residua



Gambar 4.2 Kurva normalitas data Sumber : Output SPSS v.20

Tabel 4.8 Uji Mulitikolinearitas Coefficients^a

Model		е	ndardiz d icients	Standardiz ed Coefficients	T	Sig	Colline Statist	
		В	Std. Error	Beta			Toleran ce	VIF
	(Constan t)	9,49	5,03 5		1,88 7	,06 4		
1	Kualitas Pelayana n	,609	,200	,630	3,05 0	,00 3	,261	3,82 4
	Citra Toko	,034	,225	,030	,151	,00 0	,278	3,59 6
	Display Product	,077	,071	,141	1,08 1	,00 0	,655	1,52 6

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Tabel 4.9 Tabel Anova Hasil Analisis Data

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regressi on	332,559	3	110,853	10,23 2	,000 ^b
¹ Residual	639,187	59	10,834		
Total	971,746	62			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Display Product, Citra Toko, Kualitas Pelayanan

Sumber: Output SPSS v.20

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hipotesis satu menunjukkan ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Kediri. Dari hasil uji t pada tabel 4.8 didapat nilai probabilitas kualitas lebih kecil dari pelayanan taraf 0,003 0,05. signifikasi yaitu < Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Demikian dengan penelitian yang dilakukan oleh Izzati Choirini Mardhotillah (2013) yang membuktikan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. Konsisten dengan teori **Tjiptono** (2000:51), "kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan".

2. Pengaruh citra toko terhadap keputusan pembelian

Hipotesis dua menunjukkan ada pengaruh signifikan antara citra toko terhadap keputusan pembelian pada Matahari *Department Store* Kediri. Dari hasil uji t pada tabel 4.8



didapat nilai probabilitas citra toko lebih kecil dari taraf signifikasi yaitu 0.000 < 0,05. Sehingga dapat variabel toko dikatakan citra berpengaruh signifikan terhadap Demikian keputusan pembelian. dengan penelitian yang dilakukan oleh Winaika Irawati (2013) membuktikan citra bahwa toko berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Amanah Swalayan Rengel. Konsisten dengan teori Utami (2010:270), menyatakan "citra toko sebagai konseptualisasi lokal atau reinforcement yang diharapkan dapat berhubungan dengan aktivitas belanja pada sebuah toko tertentu.

3. Pengaruh *display product* terhadap keputusan pembelian

Hipotesis tiga menunjukkan ada pengaruh pengaruh signifikan terhadap display product antara keputusan pembelian pada Matahari Department Store Kediri. Dari hasil uji t pada tabel 4.8 didapat nilai probabilitas display product lebih kecil dari taraf signifikasi yaitu 0,003 < 0,05. Sehingga dapat dikatakan variabel display product berpengaruh signifikan terhadap keputusan Demikian pembelian. dengan penelitian yang dilakukan oleh Hefry Wika Kusuma Wardhana dan Ainur

Rochmaniah (2012) membuktikan bahwa display product berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pembelian konsumen PT Ace Hardware. Konsisten dengan teori Alma (20013:189), "Display consist of stimulating customer's attention and interest in a product or a store, and desire to buy the product or patronize the store, throught direct visual appeal".

4. Pengaruh kualitas pelayanan, citra toko, dan *display product* terhadap keputusan pembelian

Hasil dari pengujian hipotesis telah dilakukan, empat yang menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan, citra toko, dan display product terhadap keputusan pembelian pada Matahari Department Store Kediri. Berdasarkan tabel 4.10, diperoleh nilai signifikan Uji F sebesar 0,000 yang artinya lebih kecil dari tingkat signifikansi yaitu 0,05 5%, sehingga dapat dikatakan bahwa secara simultan kualitas pelayanan, citra toko. dan display product berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,609 yang berarti bahwa 60% keputusan pembelian menjelaskan variabel ketiga

Ika Wahyuningstyas | NPM: 11.1.02.02.0354 FE - Manajemen





independen yaitu kualitas pelayanan, citra toko dan display product, sedangkan sisanya sebesar 40% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak dikaji di dalam penelitian ini. Dari ketiga variabel independen tersebut, yang dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan (X₁) karena mempunyai tertinggi pada Standardized Coefficients Beta yaitu sebesar 0,630 yang dapat dilihat pada tabel 4.8.

IV. DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. 2000. "Analisis Regresi, Teori, Kasus dan Solusi". Yogyakarta: BPFE UGM.
- Alma, Buchari. 2007. "Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa". Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. "Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek". Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, Suharsimi. 2007. "Manajemen Penelitian". Jakarta: Rineka Cipta.
- Choirini, Izzati. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayannan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Baseball Food Court Universitas Negeri Surabaya. Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universtas Negeri Surabaya.
- Ghozali, Imam. 2005. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Edisi Ketiga". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Ghozali, Imam. 2006. "Statistik Nonparametrik". Semarang: Badan Penerbit UNDIP
- Gujarati, Damodar. "Ekonometrika Dasar Edisi Keenam". Jakarta: Erlangga.
- Irawati, Winaika. 2012. Pengaruh Citra
 Toko Terhadap Keputusan
 Pembelian Konsumen Pada
 Amanah Swalayan Rengel. Prodi
 Manajemen Fakultas Ekonomi
 Universtas Negeri Surabaya.
- Kotler, Phlip. 2000. "Manajemen Pemasaran Eisi Milenium". Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Phlip. 2002. "Manajemen Pemasaran". Jakarta: PT. Indeks, Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2003. "Manajemen Pemasaran. Jilid 1". Jakarta: PT. Indeks, kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2005. "Manajemen Pemasaran (Edisi Kesebelas)". Jakarta: PT. Indeks, kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. And Kevin Lane Keller. 2007. "Manajemen Pemasran (Edisi Dua Belas)". Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Sciffman, Leon. And Kanuk, Leslie Lazar. 2004. "Perilaku Konsumen (Edisi Ketujuh)". Jakarta: PT. Indeks.
- Sopiah. Dan Syihabudin. 2008. "Manajemen Bisnis Ritel". Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. 2003. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2004. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.

Ika Wahyuningstyas | NPM: 11.1.02.02.0354 FE - Manajemen



- Sugiyono. 2007. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. "Metode Penelitian Bisnis". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: CV. Alfabeta. Sugiyono. 2008. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. 2011. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D". Bandung: CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2000. "Manajemen Jasa (Edisi Pertama)". Yogyakarta: Andi Offset .
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2005. "Manajemen Kualitas Jasa". Jakarta: Andi Offset.
- Utami, Christina Whidya. 2010. "Manajemen Ritel". Jakarta: Salemba Empat.
- Wardana, HWK. 2013. Pengaruh Display
 Product Terhadap Keputusan
 Pembelian Konsumen PT. Ace
 Hardware. Prodi Manajemen
 Fakultas Ekonomi Universtas
 Muhamadiyah Surabaya.
- http://www.koranjakarta.com/ 10 Maret 2014.