PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET ANDROID SAMSUNG

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

SKRIPSI

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

OLEH :

YEFTA ADITYA PRANATA
NPM: 11.1.02.02.0306

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi Oleh:

YEFTA ADITYA PRANATA
NPM : 11.1.02.02.0306

Judul:

PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET ANDROID SAMSUNG

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 3 November 2015

Dosen Pembimbing I,	Dosen Pembimbing II,
Dr. Subagyo, MM	**Sigit Ratnanto, ST,MM**
NIDN: 1910301044	**NIDN: 0706067004**

Skripsi Oleh:

YEFTA ADITYA PRANATA
NPM: 11.1.02.02.0306

Judul:

PENGARUH HARGA KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET ANDROID SAMSUNG

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri
Pada Tanggal : 26 Desember 2015

dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo, M.M.
2. Penguji I : Dr. Sri Aliami,
3. Penguji II : Sigit Ratnanto, S.T, M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

UNIVERSITAS NUSANTARA FAKULTAS EKONOMI PGRI KEDIRI

Dr. Subagyo, M.M.
NIDN.1910301044

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GADGET ANDROID SAMSUNG

(Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri)

Yefta Aditya Pranata
11.1.02.02.0306
Fakultas Ekonomi, program Studi Manajemen
Yeftaaditya312@gmail.com
Dr. Subagyo dan Siget Ratnanto S.T, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Dewasa ini perkembangan gadget berbasis android kian berkembang semakin pesat dan cepat, hal ini dirasakan oleh gadget android Samsung. Dimana gadget android Samsung harus membuat beberapa perbaikan dan inovasi agar dapat meningkatkan keputusan pembelian yang pada akhirnya menciptakan konsumen yang loyal

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk, dan desain produk secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas nusantara PGRI Kediri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Dengan populasi 252 mahasiswa sedangkan sampel yang diambil peneliti adalah 40 mahasiswa dan menggunakan sampel *accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik *nonprobability sampling*. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Variabel bebas penelitian ini adalah harga (X_1), kualtas produk (X_2), desain produk (X_3) dan keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Uji instrumen dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis kuatitatif yang menggunakan analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heteroskedastisitas. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara simultan (uji F) dan uji statistik secara parsial (uji t) dan dengan taraf signifikan $\alpha = 5\%$. Penganalisan data menggunakan program SPSS

Hasil pengujian secara parsial menunjukkan variabel harga, kualitas produk dan desain produk memberikan pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian simultan menunjukkan variabel harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Sedangkan hasil.

Berdasarkan kesimpulan, maka penulis menyarankan bagi perusahaan dalam meningkatkan perkembangan usaha dan kualitas produk dengan melakukan inovasi secara terus menerus serta memenuhi keinginan konsumen yang selalu berubah.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Kualitas Produk, Desain Produk

I. Latar Belakang Masalah.

Sepanjang tahun 2012 kita melihat pergeseran yang pesat penggunaan handphone yang tergantikan oleh gadget smartphone android. Data survei IDC dari KOMPAS.COM menunjukan gadget berbasis smartphone android mengalami peningkatan akan peminatnya

Adapun peningkatan volume penjualan produk gadget smartphone berbasis android, menurut data yang di peroleh dari data *International Data Corporation* IDC, volume penjualan android adalah sebagai berikut :

Tabel 1.2

Volume Penjualan Smartphone Berbasis Android April 2015

Global Smartphone Vendor Marketshare (%)	*Q1 14*	*Q2 14*	*Q3 14*	*Q4 14*	*Q5 14*
SAMSUNG	31.2 %	25.3%	24.5 %	19.6 %	24.1%
APPLE	15.3 %	11.9%	12.2 %	19.6 %	17.7%
LENOVO	6.9 %	8.1 %	7.6 %	6.5 %	5.4 %
Huawei	4.7 %	6.8 %	5.1 %	6.3 %	5.0 %
Others	41.8 %	47.9%	50.7 %	48.0 %	47.7%
Total	100.0 %	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%
Total growth : Year – over – year (%)	33.2 %	26.6%	27.9 %	31.0 %	21.1%

Berdasarkan data diatas dapat dilihat bahwa pada bulan April 2015 smartphone berbasis android merek samsung mendapat posisi pertama hingga *Quantity*1 2015 dalam pertumbuhan volume penjualan yaitu sebesar 24.1% dari penjualan smartphone global, dan disusul oleh merek Aplle berada di belakang Samsung. Menurut Jeronimo, analisis lembaga riset dan pasar internasional, *International Data Corporation* (IDC), faktor utama pendorong faktor pendorong angka penjualan smaertphone Samsung adalahn permintaan pasar yang besar terhadap produk tipe Galaxy, terutama Galaxy SII dan Galaxy SIII.

Kuartal kedua Q1'15 menjadi periode keberuntungan bagi Samsung, dimana Samsung berhasil menjual 83.2 juta unit smartphone Galaxy di seluruh dunia. Angka ini menghasilkan laba perkuartal sebesar USD 5.9 milliar dan iPhone yang jauh di bawah Samsung terjual 26 juta unit harus mengakui kesuksesan Samsung Galaxy, sehingga jika dilihat dari kenaikan jumlah volume penjualan tersebut , pangsa pasar Samsung sebesar 24.1%, naik dari 19.6%, sementara Apple turun menjadi 17.7% dari tahun lalu sebesar 19.6%. Di Indonesia sendiri volume penjualan smartphone Samsung Galaxy meningkat

sebesar 42.1% di banding kuartal sebelumnya, dimana vendor berhasil menjual 153.9 juta unit smartphone Samsung, terjadi kenaikan jika dibandingkan dengan penjualan volume penjualan di kuartal yang sama di tahun lalu yaitu 108.3 juta unit. *(gartner market share 2015)*.

Selain itu meningkatnya penjualan android saat ini dikarenakan, (1) kalangan profesional dan pebisnis kini semakin dinamis sehingga membutuhkan piranti elektronik yang mendukung mobilitas tersebut. (2) dari sisi gaya hidup dan citra, android telah menjadi pilihan untuk menunjang gaya hidup seseorang dan dapat meningkatkan prestise pemiliknya. Karena itu pula, android kini menjawab kebutuhan konsumennya dengan tampil lebih tipis, ringan, canggih, stylish dan mahal pula tentunya. Faktor lain yang tak kalah berpengaruh menurut KOMPAS.COM adalah harga android yang terus menurun sejak tiga tahun lalu. Harga jual yang cenderung turun ini membuat penetrasi android semakin meluas.

Nitisusantro (2012:195) menyatakan ”Keputusan membeli atau tidak membeli merupakan bagian dari unsur yang melekat pada diri individu konsumen yang disebut *behavior* dimana ia merujuk pada tindakan fisik yang nyata dapat dilihat dan diukur oleh orang lain”. Sebelum menetapkan, membeli atau memakai suatu produk, konsumen dihadapkan pada suatu proses pembentukan pandangan yang senantiasa menjadi dasar dalam penelitian suatu produk. Dalam proses tersebut seringkali dijumpai banyaknya penawaran dengan strategi yang diwujudkan dalam bentuk keunggulan produk yang ditawarkan, sehingga menimbulkan berbagai persepsi konsumen yang berbeda.

Perilaku konsumen pada dasarnya tidak dapat lepas dari produk yang dihasilkan produsen. Untuk itu perusahaan harus merancang dan merencanakan produk dan segala atribut yang melekat pada produk. Menurut Sutrisna (2001:46) “ unsur – unsur produk dianggap penting dan dijadikan dasar pengambilan keputusan pembelian meliputi harga, kualitas produk dan desain serta keadalan dari produk itu sendiri.

Kualitas suatu produk juga seringkali menjadi perhatian konsumen dalam memilih suatu produk. Membicarakan tentang pengertian kualitas dapat berbeda makna bagi setiap orang, karena kualitas memiliki banyak kriteria dan sangat tergantung pada konteksnya. Meskipun kualitas produk mutlak harus ada, dalam

pelaksanaannya faktor ini merupakan ciri pembentuk citra produk yang paling sulit dijabarkan. Konsumen sering tidak sependapat tentang faktor-faktor apa yang sebenarnya yang membentuk kualitas suatu produk. Tingkat kualitas tidak selalu harus tinggi. Kualitas bisa saja rendah, sedang atau tinggi, sesuai dengan *positioning* yang diinginkan. Misalkan, kalau produk diposisikan sebagai produk murah dan sasarannya adalah masyarakat berkantong pas-pasan, maka akan berlebihan kalau kualitas produk dibuat istimewa. Menurut Simamora (2003:147) kualitas adalah:

kemampuan suatu produk untuk memenuhi fungsinya. Dimensinya meliputi daya tahan, keandalan (kemampuan selalu dalam keadaan baik/siap pakai), presisi, kemudahan pengoprasian dan mereparasi, dan atribut-atribut lain yang bernilai.

Selain harga dan kualitas produk, desain dari suatu produk menjadi salah satu factor yang perlu mendapatkan perhatian serius dari managemen khususnya team pengembangan produk baru, karena sasaran konsumen yang dituju tidak sedikit yang mulai mempersoalkan masalah desain suatu produk yang mampu kebutuhan dan keinginan konsumen. (Hamidah, Anita:2013). "Dikatakan desain merupakan sebuah konsep tentang sesuatu. Desain lahir dari penerjemahan kepentingan, keperluan, data maupun jawaban atas sebuah masalah dengan metode-metode yang di anggap komprehensif, baik itu riset, pemikiran maupun memodifikasi desain yang sudah ada sebelumnya.

Di Kalangan Mahasiswa UNP Kediri, khususnya di Prodi Manajemen, banyak yang memakai kecanggihan gadget berbasis android bagi mahasiswa yang sangat memperhatikan mobilitas demi menunjang performa dan penampilan. Maka untuk memenuhi kebutuhan akan teknologi dan informasi yang akan dibeli, mereka sebagai konsumen sangat memperhatikan harga, kualitas produk, dan desain produk untuk dijadikan pertimbangan dalam memutuskan membeli suatu produk. Penilaian ini menjadi sangat penting yang pada akhirnya akan mempengaruhi keputusan pembelian. Maka dalam penelitian ini penulis memberikan judul : **"Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gadget Android Merk Samsung (Study Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri)"**

1. Tujuan Penelitian.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Untuk mengetahui pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian gadget android Samsung pada mahasiswa Prodi Manajemen, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

II. Metode Penelitian.

a. variabel penelitian

variabel dalam penelitian ini adalah variabel dependen (Y) keputusan pembelian, dan varibel independen (X) harga, kualitas produk, dan desain produk.

1. Harga (X1)

Harga merupakan jumlah uang atau nilai yang ditukar oleh konsumen, untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Amstrong, (2008:345), indikator yang digukan adalah sebagai berikut :

1. Tingkat harga ($X_{1.1}$)
2. Potongan harga ($_{X1.2}$)
3. Waktu pembayaran ($X_{1.3}$)
4. Syarat pembayaran ($X_{1.4}$)

2. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk merupakan atribut atau sifat – sifat sebagaimana yang terdapat dalam sebuah produk yang bersangkutan, dimana suatu produk memiliki kualitas yang sesuai standart kualitas yang telah di tentukan. Adapun indikator kualitas produk menurut Kotler Dan Amstrong (2004:286) sebagai berikut :

1. Performa ($X_{2.1}$)
2. Keistemewaan ($X_{2.2}$)
3. Keandalan ($X_{2.3}$)
4. Konformansi ($X_{2.4}$)
5. Daya tahan ($X_{1.5}$)
6. Kemampuan pelayanan ($X_{1.6}$)
7. Estetika ($X_{1.7}$)
8. Kualitas yang dipersiapkan ($X_{1.8}$)

3. Desain Produk (X3)

Desain merupakan ciri khas dari suatu produk itu sendiri, dimana dengan adanya ciri khas, hal itu berarti bahwa desain merupakan totalitas fitur yang mempengaruhi bagaimana sebuah produk terlihat, terasa dan

berfungsi bagi konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001:99) adapun indikator dari desain produk sebagai berikut :

1. Cirri – ciri ($X_{3.1}$)
2. Kinerja ($X_{3.2}$)
3. Mutu kesesuaian ($X_{3.3}$)
4. Tahan lama ($X_{3.4}$)
5. Tahan uji ($X_{3.5}$)
6. Kemudahan perbaikan ($X_{3.6}$)
7. Model ($X_{3.7}$)

4. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dengan didasari oleh adanya niat dan melakukan pembelian produk serta mengkonsumsinya. Menurut Kotler (2008:212) Indikator keputusan pembelian adalah sebagai berikut :

1. Kemantapan pada sebuah produk ($Y_{1.1}$)
2. Kebiasaan dalam membeli produk ($Y_{1.2}$)
3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain ($Y_{1.3}$)
4. Melakukan pembelian ulang ($Y_{1.4}$)

b. Jenis penelitian.

Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif kausal. Dan pendekatan kuantitatif, karena data yang akan dianalisis berbentuk angka.

c. Populasi dan sampel.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Prodi Manajemen Angkatan 2011 Universitas Nusantara PGRI Kediri sebanyak 252 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *accidental sampling* yang merupakan bagian dari teknik teknik *nonprobability sampling*

III. Hasil dan Kesimpulan.

A. Karakteristik Responden.

Adapun jumlah responden yang ditentukan sebagai sample adalah sebanyak 40 mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri, dengan teknik *Accidental Sampling*. Krakteristik responden yang menjadi subjek dalam penelitian ini terdiri dari jenis kelamin, dan usia.

B. Uji Instrumen.

1. Uji Validitas.

nilai dari hasil uji r hitung > r tabel, dan berdasrkan nilai sig. 0,000 < 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan dalam kuisioner adalah valid.

2. Uji Reliabilitas.

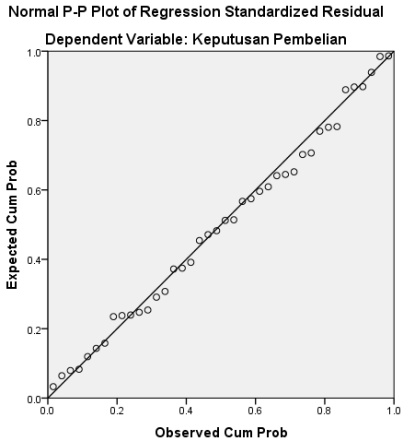
nilai *alpha cronbach* untuk harga adalah 0.608, kualitas produk 0.620, desain produk 0.705, dan keputusan pembelian

0.636, terbukti lebih besar daripada alpha kritis yaitu 0.6. Hal ini berarti bahwa pernyataan untuk seluruh item pernyataan adalah baik bagi variabel harga, kualitas produk, desain produk serta keputusan pembelian.

C. Analisis Data.

1. **Uji Asumsi Klasik**.

a. Uji normalitas



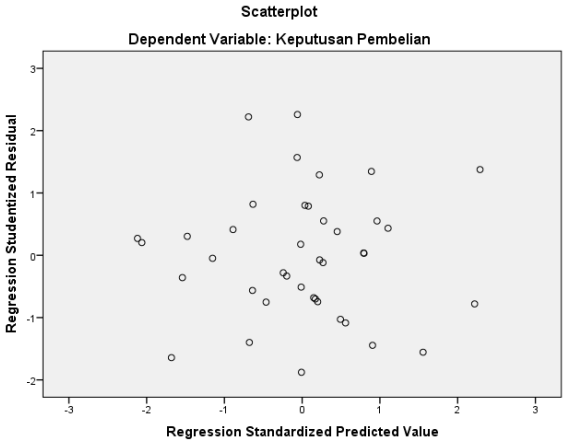
b. Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF
Harga (X1)	1.073
Kualitas Produk (X2)	1.138
Desain produk (x3)	1.168

c. Uji auto korelasi

Model	Durbin Watson
1	1.823

d. Uji hetrerokdisitas.



2. **Analisis Regresi linear berganda.**

Berdasarkan hasil analisis data dari tabel 4.13 diatas, maka dapat dibuat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

Y = a + β1 . X1 + β2 . X2 + β3 . X3 + e

= 3.864 + 0.250 X1 + 0.173 X2 + 0.168X3

3. **Koefisien Determinasi.**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.717[a]	.514	.473	1.502

4. **Uji Hipotesis.**

a. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.864	5.254		.735	.467
	Harga	.250	.097	.311	2.580	.014
	Kualitas Produk	.173	.067	.319	2.571	.014
	Desain Produk	.168	.056	.379	3.019	.005

b. Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	85.746	3	28.582	12.667	.000[b]
	Residual	81.229	36	2.256		
	Total	166.975	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Desain Produk, Harga, Kualitas Produk
Sumber: data primer diolah 2015

D. Kesimpulan.

Berdasarkan analisis secara Persiaal, ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa :

1. Harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan 2011, artinya jika harga yang ditetapkan bersaing, maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk gadget android merek Samsung.
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan 2011, artinya jika terjadi peningkatan kualitas maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk gadget android merek Samsung.
3. Desain produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri, artinya jika terjadi peningkatan kualitas produk maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk gadget android merek Samsung.
4. Berdasarkan analisis secara simultan membuktikan bahwa variabel harga, kualitas produk dan desain produk berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembeli.
5. Berdasarkan analisis dari ketiga variabel harga, kualitas produk, dan desain produk yang paling berpengaruh adalah variabel desain produk.

IV. **Daftar Pustaka**.

Arikunto Suharsimi, 2000, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto suharsimi, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta

Asshiddieq, mudiantono, 2012, *Analisis Pengaruh Harga Desain Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian* (Studi Kasus Pada Produk Crooz di Distro Ultraa Store Semarang)

Bilson simamora, 2003. *Paduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta : PT. Ramedia Pustaka Utama.

Dharmesta, Basu Swastha, 2002. *Azas – Azas Marketing*, Yogyakarta : Liberty

Ghozali, Imam, 2005, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*, semarang: Universitas Diponegoro

Hamidah, Anita.2013. *Analisis Presepsi Citra Merek, Desain, Fitur Dan Pengaruhnya Terhadap Pembelian Produk Handphone Samsung Berbasis Androin (Studi Kasus STIE Pelita Indonesia)*

Irwan. 2001. Pemasaran : *Prinsip dan Kasus Edisi 2*. Yogyakarta : DKK BPFE

Jonathan Sarwono, 2005, *Teori Dan Produk Riset Pemasaran Dengan* SPSS, Yogyakarata:Andi

Kotler & Amstrong, 2004, *Prinsip – Prinsip Marketing Edisi 7*, Jakarta : Salemba Empat.

Kotler Philip dan Amstrong, 2001, *Prinsip-Prinsip Manajemen*, Jilid 1 Edisi Kedelapan, Alih Bahasa Oleh Damos Sihombing, MBA, Jakarta : Penerbit Erlangga,

Kotler, amstrong. 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip & Keller, K.L, 2009. *Manajemen pemasaran jilid I*. edisi ketigabelas, Jakarta:Erlangga

Kotler, philip, 2005, *Manajemen Pemasaran*, jilid 1 & 2, Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia

Kotler, Philip. 1995. *Dasar – dasar Pemasaran*. Jakarta : Pernhallindo.

Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran*. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.

Maneking, lumanauw, 2015, *Analisis Strategi Harga, Diferensiasi Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Colombia Perdana Manado*

Moelong, Lexy, 2006, *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya

Nitrisusantro, mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen Dalam Prespektif*

Kewirausahaan . Yogyakarta : alfabeta

Rangkuti, Freddy, 1997, *Riset Pemasaran*, jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Saidani, Rachman, Rizan, 2013, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas di Wilayah Jakarta Timur*.

Simamora, henry . 2003. *Manajemen Sumberdaya Manusia*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: STIE YKPN

Sugiyono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif,* Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung: Alfabeta

Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kuantitatif,* Bandung: Alfabeta

Sutisna, 2001, *perilaku konsumen dan komunikasi pemasaran* , penerbit PT. Remaja Rosdakarya, Bandung Cetakan I.

swastha, irawa, 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty

Tjiptono, 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi kedua. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, Fandy, Gregorius Chandra, Dadi Ardiana. 2008. *Pemasaran Strategik.* Yogyakarta: ANDI OFFSET

_____ 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset