JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI KECAMATAN MOJO KEDIRI

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE AND BRAND IMAGE ON THE BUYING DECISION OF INDOSAT IM3 IN MOJO KEDIRI

Oleh:

MOCH. ZAENAL EFENDI
NIM: 13.1.02.02.0578

Dibimbing Oleh :

1. **Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M.**
2. **Zulistiani, S.Pd., M.M.**

PROGRAM STUDI
FAKULTAS MANAJEEN
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2017

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	:	Moch. Zaenal Efendi
NPM	:	13.1.02.02.0578
Telepun/HP	:	08123266622
Alamat Surel (Email)	:	fendyahmad22@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,3 Agustus 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M. **NIDN. 0730088001**	Zulistiani, S.Pd., M.M. **NIDN : 0711118603**	Moch. Zaenal Efendi **NPM: 13.1.02.02.0578**

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri

Moch. Zaenal Efendi
13.1.02.02.0578
Ekonomi - Manajemen
Fendyahmad22@gmail.com
Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M. dan Zulistiani, S.Pd., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri secara parsial dan simultan.

Variabel yang digunakan yaitu Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *accidental sampling*. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 40 responden. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket). Pertanyaan-pertanyaan yang digunakan dalam angket disusun berdasarkan skala *likert*. Pengukuran kuisioner menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas yang diuji menggunakan SPSS v.21 *for windows* yang menunjukkan hasil valid dan reliabel.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji pengaruh secara parsial serta F-statistik untuk menguji pengaruh secara bersama-sama yang diuji menggunakan SPSS v.21 *for windows*.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan variabel citra merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan variabel kualitas produk, harga dan citra merek signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi untuk peneliti selanjutnya, dan dapat dijadikan dasar penganbilan keputusan dalam meningkatkan keputusan pembelian.

KATA KUNCI : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan telekomunikasi saat ini sangat pesat. Teknologi informasi merupakan bagian dari perkembangan era informasi dan teknologi yang telah memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan bisnis di dunia dewasa ini. Salah satu yang sangat berkembang pesat adalah kartu seluler atau SIM Card. setiap perusahaan telekomunikasi berusaha menciptakan inovasi produk yang berbeda dari perusahaan telekomunikasi yang sudah ada agar produk yang dihasikan mempunyai nilai tambah dimata pelanggannya. Seperti yang dialkukan oleh kartu seluler Indosat IM3. Untuk dapat

bersaing dengan kompetitornya dilakukam srategi untuk meningkatkan keputusan pembelian kartu seluler Indosat IM3.

Keputusan pembelian adalah keputusan membelu tentang merek mana yang dibeli, (Kotler dan Amstrong, 2010:108). Keputusan konsumen yang tinggi dapat meningkatkan volume penjualan sehingga keuntungan yang didapatkan perusahaan semakin meningkat. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya kualitas produk, harga dan citra merek.

Kualitas produk merupakan memahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Smakin baik kualitas suatu produk akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk tersebut.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga. Harga adalah salah satu bauran pemasaran yang dapat digunakan perusahan untuk untuk mencapai tujuan pemasarannya. Harga adalah merupakan salah satu variabel pemasaran yang perlu diperhatikan oleh menajemen perusahaan, karena harga akan langsung mempengaruhi besarnya volume penjualan dan laba yang dicapai oleh perusahaan. Kebijaksanaan perencanaan produk, penyaluran barang maupun penggunaan media promosi yang baik tidak akan menghasilkan sesuatu bila kebijaksanaan tentang harga tidak ikut diperhatikan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah citra merek. Konsumen beranggapan bahwa merek yang terkenal di pasaran lebih aman dibandingkan dengan merek yang kurang populer dipasaran, karena merek yang populer di pasaran memberikan informasi yang lengkap dibanding dengan merek yang cenderung tertinggal di pasaran. Bagi penjual sendiri, merek merupakan keistimewaan atau ciri khas produk dan akan memberikan perlindungan hukum tersendiri terhadap produk itu. Dengan adanya merek, maka konsumen akan dapat dengan mudah membedakan karakteristik dari masing-masing produk. Para produsen sudah tentu sangat tertarik terhadap keputusan yang dianut oleh seseorang tentang produk dan jasa mereka. Keputusan konsumen sangat dipengaruhi oleh keputusan orang terhadap merek tertentu. Selanjutnya keputusan ini membentuk citra terhadap merek dan produk dan orang yang berbuat sesuai

keputusannya. Faktor lain yang juga berperan dalam keputusan pembelian yakni citra merek (*brand image*). Citra merek (*brand image*) merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Menurut Setiadi (2015:186) "Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian".

B=Beberapa tahun terakhir, penjualan kartu perdana Indosat peningkatan dari waktu ke waktu. Untuk mempertahankan hal tersebut perlu dilakukan strategi dalam penjualan kartu itra iperdana IM3. Kartu perdana IM3, memerlukan strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen yaitu dengan produk yang berkualitas, harga yang bersaing serta citra merek yang dikenal bagus. Berdasarkan dengan uraian latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.**

II. METODE PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel Penelitian

Variabel bebas atau variabel dependen dalam penelitian ini adalah :

1) Kualitas Produk (X_1)
2) Harga (X_2)
3) Citra Merek (X_3)

Variabel terikat atau variabel dependen (Y) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian.

2. Definisi Operasional

a. Keputusan pembelian (Y)

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan. Indikator variabel keputusan pembelian adalah sebagai berikut:

1) Menetapkan pilihan terhadap produk
2) Mantab membeli
3) Yakin untuk membeli

b. Kualitas produk (X1)

Kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang dihasilkan. Indikator variabel kualitas produk adalah sebagai berikut:

1. Keunggulan produk
2. Alternatif pilihan produk

3. Produk yang dapat bersaing

c. Harga (X_2)

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya. Indikator variabel harga adalah sebagai berikut:

1. Terjangkau
2. Bersaing
3. Sesuai kualitas

a. Citra merek (X_3)

Citra merek merupakan keseluruhan persepsi terhadap produk atau merek yang dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu terhadap produk atau merek itu. Indikator variabel citra merek adalah sebagi berikut :

1. Simbol yang sudah dikenal
2. Reputasi merek yang sudah dikenal

d. Percaya pada kualitas mereknya

3. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:12), pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menggunakan data berupa angka-angka atau data yang dapat dihitung serta dapat dianalisis secara sistematis dengan menggunakan statistik.

Teknik penilitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan variabel yang sesungguhnya mempengaruhi keputusan pembelian. Teknik penelitian ini adalah deskriptif. Menurut Sugiyono (2013:100), penelitian deskriptif adalah penelitian yang bersifat atau bertujuan untuk memaparkan atau penggambaran data-data dengan cara observasi lapangan dan menganalisa data tersebut.

4. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. Waktu penelitian ini dilakukan terhitung mulai dari bulan Mei 2017 sampai dengan Juni 2017

5. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang melakukan pembelian Kartu Perdana “Indosat IM3” di kecamatan Mojo Kabupaten Kediri yang terdiri dari 20 desa yaitu desa Jugo, Blimbing, Pamongan, Petungrotio, Ngetrep, Ponggok, Ngadi, Kranding, Maesan, Kedawung, Ploso, Kraton,

Tambibendo, Mojo, Mlati, Surat, Sukoanyar, Keniten, Mondo dan Petok.

Menurut Sugiyono (2013,116) menjelaskan bahwa sampel ditetapkan sebesar 10-25 kali jumlah variabel yang digunakan. Berpedoman pada pendapat tersebut maka jumlah sampel ditentukan sebanyak 40 orang yang diperoleh dari perhitungan jumlah variabel dengan 10 kali.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *accidental sampling*, karena sulitnya menentukan pilihan responden. Menurut Sugiyono (2013:85) teknik *accidental sampling* adalah teknik penarikan sampel secara kebetulan yaitu siapa saja yang membeli Kartu Perdana "Indosat IM3" di kecamatan Mojo Kabupaten Kediri..

6. Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:102), instrumen penelitian yaitu sebuah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data atau informasi yang bermanfaat untuk menjawab permasalahan penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner.

1. Uji Validitas
2. Reliabilitas

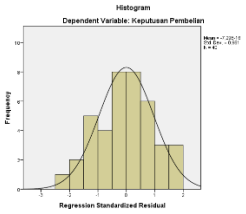
III. HASIL DAN KESIMPULAN

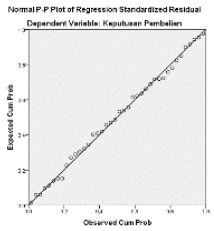
Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan data penelitian yang digunakan adalah data primer, yang secara rinci dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Hasil uji spss versi 23 diperoleh gambar sebagai berikut:





Dari gambar dapat diketahui bahwa berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,86966036
Most Extreme Differences	Absolute	,058
	Positive	,058
	Negative	-,048
Kolmogorov-Smirnov Z		,368
Asymp. Sig. (2-tailed)		,999

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Sumber : Output SPSS versi 21

Dilihat dari tabel, nilai signifikan *Unstandardized Residual* tersebut lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan, yaitu sebesar 0,05 atau 5%. Nilai signifikan *Unstandardized Residual* dapat dilihat pada *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,999. Dari

hasil tersebut, menunjukkan bahwa data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Hasil pengujian multikolinieritas dapat dilihat dari tabel berikut ini:

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	,305	3,276
	Harga	,504	1,985
	Citra Merek	,225	4,453

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa variabel variabel kualitas produk, harga dan citra merek memiliki nilai Tolerance sebesar 0,305; 0,504 ; 0,225 yang lebih besar dari 0,10 dan VIF sebesar 3,276; 1,983; 4,453 yang lebih kecil dari 10. dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

c. Uji Autokorelasi

Berikut hasil uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbi-Watson
1	,897[a]	,804	,788	1,94600	1,989

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

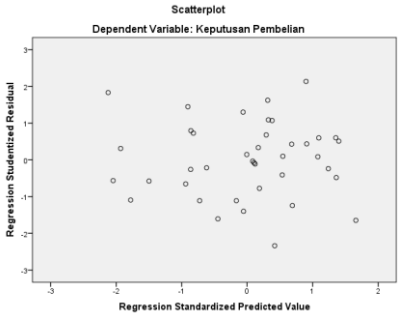
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS versi 21

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai DW sebesar 1,989 dan kurang dari 4 – 1,659 (4-du) = 2,341 atau dapat dilihat pada Tabel 4.9 yang menunjukkan du < d < 4 – du atau 1,659 < 1,989 < 2,341, sehingga model regresi tersebut sudah bebas dari masalah autokorelasi.

d. Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat dari gambar sebagai berikut:



Berdasarkan grafik, diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

2. Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, diperoleh nilai sebagai berikut:

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,159	1,636		1,320	,195
	Kualitas Produk	,315	,119	,354	2,652	,012
	Harga	,170	,072	,245	2,353	,024
	Citra Merek	,408	,162	,393	2,526	,016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$Y = 2{,}159+0{,}315X_1+0{,}170X_2+0{,}408X_3+ e$

Artinya:

a. Konstanta = 2,159

Jika variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan citra merek (X_3) = 0, keputusan pembelian (Y) akan menjadi 2,159.

b. Koefisien X_1 = 0,315

Setiap penambahan 1 satuan kualitas produk (X_1) dengan asumsi harga (X_2) dan citra merek (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,315.

c. Koefisien X_2 = 0,170

Setiap penambahan 1 satuan harga (X_2) dengan asumsi kualitas produk (X_1), dan citra merek (X_3) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,170.

d. Koefisien X_3 = 0,408

Setiap penambahan 1 satuan citra merek (X_3) dengan asumsi kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) tetap dan tidak berubah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,408.

3. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square seperti yang terlihat pada tabel berikut ini:

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbi-Watson
1	,897[a]	,804	,788	1,94600	1,989

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: *Output IBM SPSS versi 23*

Berdasarkan tabel diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,778. dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan citra merek dapat menjelaskan keputusan pempelian sebesar 77,8% dan sisanya yaitu 22,2% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

4. Pengujian Hipotesis

a. Pengujian Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,159	1,636		1,320	,195
	Kualitas Produk	,315	,119	,354	2,652	,012
	Harga	,170	,072	,245	2,353	,024
	Citra Merek	,408	,162	,393	2,526	,016

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diperoleh nilai signifikan variabel kualitas produk adalah 0,012 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan

pembelian. Nilai signifikan variabel harga adalah 0,024 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikan variabel citra merek adalah 0,016 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

b. Pengujian Hipotesis Secara Simultan (uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	559,170	3	186,390	49,219	,000[b]
	Residual	136,330	36	3,787		
	Total	695,500	39			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

Sumber : Output SPSS versi 21

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel diperoleh nilai signifikan adalah 0,000 < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti kualitas produk, harga dan citra merek secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian

5. Kesimpulan

a. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

b. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

c. Hasil penelitian secara parsial menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

d. Hasil penelitian secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas produk, harga, dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana "Indosat IM3" di Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri.

.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Durianto, Darmadi dkk. 2004. *Brand Equity Ten, Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama,

Ghozali, Imam. 2011. *Analisis Multivariate dengan Program SPSS*.Edisi Ketiga, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Goenadhi, Lydia. 2011. "Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza

di Kota Banjarmasin". Jurnal Manajemen dan Akutansi, Vol. 12, No.2.

Helfin, Frinces, Z. 2012. *Be An Entrepreneur*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Nugroho, Agung. 2015. Pengaruh Harga dan Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Ramayana Departement Store Yogyakarta. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 1 No. 1 Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.

Kominfo.2016,*http://dittel.kominfo.go.id/daftar-penyelenggara/jasa telemunikasi/ jasa -multimedia /jasa-akses-internet-internet - service provider*.Diakses pada 29 Maret 2017.

Kotler, Philip. 2010, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*,(Terjemahan Angella Anitawati Hermawan), Jilid II, Edisi 8, Prehallindo, Jakarta.

Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2010, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 13, Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2010, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Terjemahan Angella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 5, Prehallindo, Jakarta.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. 2012, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, (Terjemahan Angella Anitawati Hermawan), Jilid I Edisi 6, Prehallindo, Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat . 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat

Santoso, 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang. Jurnal Ilmu administrasi Bisnis. Universitas Diponegoro. Semarang.

Setiadi, Nuroho 2013. *Perilaku Konsumen Konsep danStrategi dan Penelitian Pemasaran*, Jakarta: Kencana.

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R & D)* Alfabeta. Bandung.

Sutisna, Sunyoto. 2013. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu dan Irawan. 2011. *Asas-asas Marketing*. Yogyakarta : Liberty.

Swastha, Basu dan Sukotjo. 2011. Manajemen Pemasaran_Analisis Perilaku Konsumen. Yogyakarta : BPFE.

Tjiptono, Fandy. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta. ANDI

Slamet, Puji Tri R (2015). Analisis Pengaruh Merk, Harga DanKualitas Produk Terhadap KeputusanPembelianNotebook Pada Mahasiswa Progam Studi Teknik Informatika UNP