

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DELFI HOT COCOA DI SUPERMARKET MAJU
BERSAMA GLUGUR MEDAN**

Muslim Wijaya

Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

ABSTRACT

This research intends to know is the price influence to the buyer decision Delfi Hot Cocoa of Maju Bersama Departement Store Medan, (2) Is the product quality influence on the buyer decision Delfi Hot Cocoa of maju Bersama Department store Medan. Simultanly this research head for knowing the influence of price and product quality to the buyer decision of Maju Bersama Department store Medan. The population of the these research are 120 consumer who eat the delfi hot cocoa of Maju Bersama Departement Stor Medan and the sample are 92 consumer who eat the Delfi Hot Cocoa od Maju Bersama Departement Store.

Keywords: *Price, Quality Of Product, Buyer Decision*

A. PENDAHULUAN

Latar Belakang Masalah

Perkembangan dunia usaha yang dinamis dan penuh persaingan menuntut perusahaan-perusahaan melakukan inovasi terhadap produknya. Tingginya tingkat persaingan menuntut perusahaan mencari strategi pemasaran yang tepat agar produk tersebut diminati masyarakat. Konsumen merupakan salah satu faktor penting untuk mencapai tujuan perusahaan. Perusahaan dalam memenangkan persaingan harus membuat produk terbaik yang memenuhi selera konsumen yang selalu berubah.

Penjualan suatu produk dipengaruhi seberapa banyak keputusan pembelian yang dilakukan konsumen. Semakin banyak keputusan pembelian produk oleh konsumen, maka semakin meningkatkan penjualan produk dan menguntungkan perusahaan. Minuman coklat memiliki berbagai manfaat bagi tubuh. Manfaat minuman coklat seperti menurunkan tekanan darah, kandungan anti oksidan yang dapat mengurangi pembentukan radikal bebas dalam tubuh. Terdapat beberapa produk minuman coklat di Indonesia salah satunya adalah Delfi Hot Cocoa. Produk Delfi Hot Cocoa merupakan produk berkualitas yang dibuat dengan bahan berkualitas yang berasal dari lokal dan impor.

Delfi Hot Cocoa merupakan minuman coklat instant yang diproduksi oleh PT. Ceres, pabrik tersebut memproduksi olahan kakao yang berlokasi di Bandung. Delfi Hot Cocoa banyak dijual di berbagai supermarket di Indonesia. Beberapa supermarket yang menjual Delfi Hot Cocoa seperti Indomaret, Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan merupakan salah satu dari unit usaha Maju Bersama Grup. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan berlokasi di Jalan Yos Sudarso Medan. Supermarket Maju Bersama Glugur Medan merupakan salah satu supermarket besar di wilayah Glugur kota. Delfi Hot Cocoa dapat diperoleh di bagian minuman instant di dalam supermarket tersebut. Penjualan Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan mengalami penurunan omzet penjualan dibandingkan dengan produk minuman lainnya.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka perumusan permasalahan yang akan diangkat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?

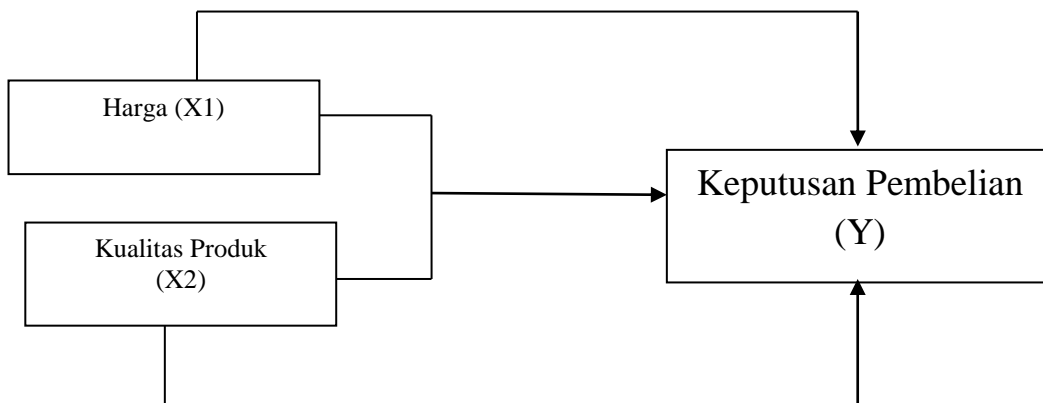
Bagaimana pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan?

Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan sebuah sintesa dari serangkaian teori yang tertuang dalam tinjauan pustaka, yang pada dasarnya merupakan gambaran secara sistematis dari kinerja teori dalam memberikan solusi atau alternatif solusi dari serangkaian masalah yang ditetapkan (Hamid, 2007).

Kerangka konseptual yang baik akan menjelaskan secara teoritis hubungan antar variabel yang akan diteliti. Dalam penelitian ini terdapat variabel bebas dan variabel terikat. Variabel Harga (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) sebagai variabel bebas dan variabel keputusan pembelian (Y) sebagai variabel terikat. Di bawah ini merupakan kerangka pemikiran dalam penelitian ini :

Gambar 2.1
Kerangka Konseptual



Hipotesis

Maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

B. METODE PENELITIAN

Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Penelitian ini dilaksanakan di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso Glugur Kota. Penelitian ini dilaksanakan dalam lima bulan yang dimulai dari Oktober 2015 sampai dengan April 2016.

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan harian di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan yang berlokasi di Jalan Yos Sudarso Glugur Kota. Jumlah pembeli bulanan rata-rata untuk produk Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan berjumlah 120 orang. Dalam penelitian ini menggunakan populasi sebanyak 120 pelanggan Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

Dalam menentukan sampel ada beberapa rumus yang digunakan. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus penentuan jumlah sample menurut Slovin, seperti berikut :

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dalam penelitian ini, ditetapkan batas tingkat kesalahan adalah 5%. Jumlah populasi dalam penelitian adalah 120 orang konsumen Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. Maka jumlah sample yang diperoleh adalah :

$$n = \frac{120}{(120.(0.05)^2) + 1}$$

$$n = 92.3 \text{ orang}$$

Teknik pengambilan sample yang digunakan adalah teknik *simple random sampling*.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini terdiri dari beberapa uji yang digunakan, terdiri dari uji instrumen, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, uji hipotesis dan uji koefisien korelasi

Uji Instrumen

Uji instrumen merupakan uji untuk mengetahui layak dan baik tidaknya alat ukur yang digunakan dalam penelitian. Uji instrument terdiri dari uji validitas dan uji reliabilitas

Dibawah merupakan rumus mencari nilai validitas setiap instrument.

$$r_{xy} = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda yaitu melihat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Persyaratan dalam analisis regresi adalah uji asumsi klasik. Pengujian asumsi klasik diperlukan untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan, benar-benar bebas dari adanya gejala heteroskedastisitas, gejala multikolinearitas, dan gejala normalitas.

Jika terdapat heteroskedastisitas, maka varian tidak konstan sehingga dapat menyebabkan biasanya standar error. Jika terdapat multikolinearitas, maka akan sulit untuk mengisolasi pengaruh-pengaruh individual dari variabel, sehingga tingkat signifikansi koefisien regresi menjadi rendah. Uji asumsi klasik dalam penelitian ini terdiri dari uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas.

a. Uji normalitas

Tujuan dari uji normalitas adalah untuk menentukan apakah variabel berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Pengujian normalitas dapat dilihat dari grafik normal *probability plot*. Apabila variabel berdistribusi normal, maka penyebaran plot akan berada di sekitar dan disepanjang garis 45°.

b. Uji multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas adalah menguji model regresi apakah adanya korelasi antar variabel bebas. Uji Multikolinearitas dilakukan dengan membandingkan nilai toleransi (*tolerance value*) dan nilai *varianceinflation factor* (VIF) dengan nilai yang disyaratkan. Nilai yang disyaratkan baginilai toleransi adalah lebih besar dari 0,01, dan untuk nilai VIF kurang dari 10.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari hasil pengamatan satu ke pengamatan lainnya. Jika nilai signifikan hitung lebih besar dari $\alpha = 5\%$, maka tidak ada masalah heteroskedastisitas. Tetapi jika Jika nilai signifikan hitung kurang dari $\alpha = 5\%$, maka ada masalah heteroskedastisitas dalam model regresi.

Statistik

Uji statistik yang digunakan adalah regresi linear berganda. Analisis regresi merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk mendefinisikan hubungan matematis antara variabel-variabel independent (X) dengan variabel dependent (Y). Model regresi dinyatakan dalam persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Uji Hipotesis

Dalam penelitian ini, terdapat beberapa hipotesis yang menunjukkan dugaan sementara terhadap hasil dari penelitian ini. Untuk menguji hipotesis tersebut, digunakan uji parsial (uji-t) dan uji simultan (uji-F).

a. Uji Parsial (Uji T)

Uji T digunakan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (*standart error*) 5% ($\alpha = 0.05$)

Kriteria pengujian :

$t_{Hitung} > t_{Tabel} = H_0$ ditolak

$t_{Hitung} < t_{Tabel} = H_0$ diterima

b. Uji simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk menguji pengaruh secara simultan antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi variabel lain dianggap konstan, dengan batas toleransi kesalahan (*standart error*) 5% ($\alpha = 0.05$)

Kriteria pengujian :

$F_{Hitung} > F_{Tabel} = H_0$ ditolak

$F_{Hitung} < F_{Tabel} = H_0$ diterima

Analisis Korelasi Determinasi (R^2)

Analisis koefisien determinasi berguna mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi variabel independen. Jika nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir seluruh informasi yang dibutuhkan untuk memprediksikan variabel terikat. Kelemahan mendasar penggunaan koefisien determinasi adalah bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model.

Setiap tambahan satu variabel independen, maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R2* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R2* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali, 2009). Untuk variabel bebas lebih dari dua menggunakan *Adjusted R2* (Santoso, 2000).

C. HASIL PENELITIAN

Hasil Uji Validitas

Untuk uji validitas dengan *pearson correlation* dilakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Untuk degree of freedom (df)= n-2, (jumlah sampel dalam penelitian – 2) dalam penelitian ini besar df dapat dihitung sebanyak 92-2.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Harga	X1.1	0.564	0.205	Valid
	X1.2	0.582	0.205	Valid
	X1.3	0.492	0.205	Valid
	X1.4	0.359	0.205	Valid
	X1.5	0.483	0.205	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0.511	0.205	Valid
	X2.2	0.626	0.205	Valid
	X2.3	0.720	0.205	Valid
	X2.4	0.367	0.205	Valid
	X2.5	0.670	0.205	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0.556	0.205	Valid
	Y.2	0.598	0.205	Valid
	Y.3	0.639	0.205	Valid
	Y.4	0.580	0.205	Valid
	Y.5	0.545	0.205	Valid

Sumber: Data penelitian yang diolah 2016

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa masing-masing pertanyaan bernilai positif lebih besar daripada 0.205. sehingga seluruh pertanyaan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas menggunakan rumus Alpha Cronbach guna mengetahui hasil pengukuran yang diperoleh memenuhi syarat reliabilitas. Instrumen kuesioner dikatakan reliable jika masing-masing item pertanyaan dalam kuesioner memiliki koefisien alpha lebih dari 0.600.

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

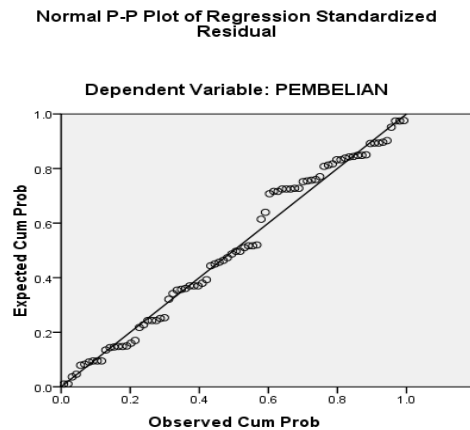
Variabel	Pertanyaan	Corrected Items Pertanyaan Total Correlations	Cronbach Alpha	Keterangan
Harga	X1.1	0.816	0.600	reliabel
	X1.2	0.813	0.600	reliabel
	X1.3	0.819	0.600	reliabel
	X1.4	0.828	0.600	reliabel
	X1.5	0.821	0.600	reliabel
Kualitas Produk	X2.1	0.820	0.600	reliabel
	X2.2	0.810	0.600	reliabel
	X2.3	0.802	0.600	reliabel
	X2.4	0.830	0.600	reliabel
	X2.5	0.806	0.600	reliabel
Keputusan Pembelian	Y.1	0.815	0.600	reliabel
	Y.2	0.806	0.600	reliabel
	Y.3	0.823	0.600	reliabel
	Y.4	0.813	0.600	reliabel
	Y.5	.0816	0.600	reliabel

Sumber : Data penelitian yang diolah 2016

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat jika koefisien alpha setiap item pertanyaan dalam kuesioner lebih besar daripada 0.600. Hal tersebut menunjukkan seluruh item pertanyaan dalam kuesioner bersifat reliable.

**Hasil Analisis Uji Asumsi Klasik
Uji Normalitas**

**Gambar 1
Grafik Normal P-P Plot**



Sumber : Data penelitian yang diolah 2016

Dari gambar diatas, terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka penyebaran data dalam penelitian ini dikatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas. Jika terjadi korelasi maka dinamakan adanya masalah multikolinieritas. Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multikolinieritas adalah:

1. Mempunyai nilai VIF di bawah angka 10
2. Mempunyai angka Tolerance di bawah angka 1.

**Tabel 3
Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 HARGA	.908	1.012
KUALITAS PRODUK	.781	1.327

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

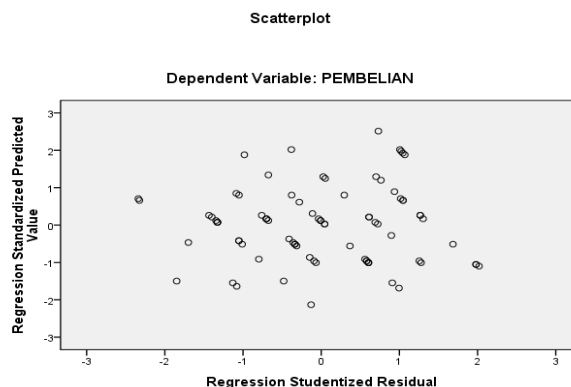
Sumber : Data penelitian yang diolah 2016

Nilai VIF dibawah angka 10, pada harga sebesar 1.012 dan kualitas produk sebesar 1.327. sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat masalah multikolinieritas antar variabel bebas dalam penelitian ini.

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians. Uji heteroskedastisitas menggunakan *grafik Scatterplot*. Jika dalam grafik tidak membentuk pola tertentu maka model regresi bebas dari heteroskedastisitas. Berikut hasil uji heteroskedastisitas:

Gambar 2
Grafik Scaterplot Heteroskedastisitas



Sumber : Data penelitian yang diolah 2016

Berdasarkan grafik scatterplot menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas serta titik yang menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil regresi dapat dilihat dari tabel *coefficient* yang didapat dari hasil SPSS. Berikut hasil uji analisis regresi linear berganda pada dibawah ini :

Tabel 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.380	3.070		3.348	.001
HARGA	.138	.100	.038	2.379	.006
KUALITASPRO DUK	.475	.098	.481	4.836	.000

a. Dependent Variable: PEMBELIAN

Sumber :Data penelitian yang diolah, 2016

Sehingga dapat persamaan regresi linear berganda pada penelitian ini adalah :

$$Y = 0.380 + 0.138 X_1 + 0.475 X_2$$

Hasil Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji-t)

Uji parsial digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara individual terhadap variabel terikat.

Tabel 5
Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	Sign.
Harga	1.665	2.379	0.006
Kualitas Produk	1.665	4.836	0.000

Sumber : Hasil penelitian, 2016

Berdasarkan tabel Diatas, maka didapat:

1. Nilai signifikan pada harga adalah 0.006 lebih kecil daripada 0.05 dan t_{hitung} sebesar 2.379 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1.665. Hal tersebut berarti harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.
2. Nilai signifikan pada kualitas produk adalah 0.000 lebih kecil daripada 0.05 dan t_{hitung} sebesar 4.836 lebih besar daripada t_{tabel} sebesar 1.665. Hal tersebut berarti kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

Uji Simultan (Uji-F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel 6
Hasil Uji Simultan (Uji-F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	53.124	2	26.562	11.705	.000 ^a
	Residual	179.278	79	2.269		
	Total	232.402	81			

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: PEMBELIAN

Sumber : Data penelitian yang diolah, 2016

Berdasarkan tabel F diketahui nilai F_{tabel} adalah 3.94. Hasil dari uji-F diketahui nilai F_{hitung} adalah 11.705 nilai signifikan 0.000. Jika signifikan 0.000 < 0.05 dan nilai F_{hitung} 11.705 > F_{tabel} 3.94 maka harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

Hasil Uji Koefisien Determinasi(R²)

Di bawah ini merupakan hasil uji koefisien determinasi pada penelitian,

Tabel 7
Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.678 ^a	.429	.409	1.506

a. Predictors: (Constant), KUALITASPRODUK, HARGA

b. Dependent Variable: PEMBELIAN

Sumber : Lampiran Output SPSS, 2016

Dari tabel diatas, dapat dilihat dari Nilai *AdjustedR Square* sebesar 0.409 (40.9%). Hasil ini menunjukkan bahwa 40.9% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk. Sedangkan selisihnya sebesar 59.1% keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dan hasil pengolahan data dalam penelitian ini dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan ($t_{hitung} 2.379 > t_{tabel} 1.665$ dan nilai Sign. $0.006 < 0.05$). Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh harga berpengaruh sebesar 13.8% terhadap kenaikan 1% keputusan pembelian.
2. Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan ($t_{hitung} 4.836 > t_{tabel} = 1.665$ dan nilai Sign. $0.000 < 0.05$). Berdasarkan uji regresi linear berganda diperoleh kualitas produk berpengaruh sebesar 47,5 % terhadap kenaikan 1% keputusan pembelian..
3. Secara simultan, Harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan. (Nilai sign. $0.000 < 0.05$ dan $F_{hitung} 11.075 > F_{Tabel} 3.94$).
4. Hasil uji korelasi determinasi menunjukkan bahwa 40.9% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu:

1. Untuk produsen, variabel harga merupakan variabel terendah dalam penelitian ini yang mempengaruhi keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa. Sebaiknya Delfi Hot Cocoa perlu diproduksi dalam ukuran dan kemasan ekonomis agar harga produk lebih murah sesuai dengan daya beli konsumen menengah dan konsumen baru yang ingin mencoba produk Delfi Hot Cocoa. Variabel kualitas produk menjadi variabel dominan terhadap keputusan pembelian Delfi Hot Cocoa. Kualitas produk Delfi Hot Cocoa dalam segi rasa sebaiknya ditingkatkan menjadi lebih baik.

2. Untuk Supermarket Maju Bersama Glugur Medan, sebaiknya para tenaga promosi produk (*sales promotion girl*) diberikan pelatihan menjual dan sebaiknya penampilan para tenaga promosi produk lebih menarik dalam melakukan promosi Delfi hot cocoa di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Assauri, Sofjan. 2004. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- [2] Engel, J.F. 2006. **Perilaku Konsumen 1HC**. Jakarta : Penerbit Bina Rupa Aksara.
- [3] Griffin, Jill. 2006. **Costumer Loyalty : Menumbuhkan dan mempertahankan Pelanggan**, terjemahan: Dwi Kartini Yahya . Jakarta : Penerbit Erlangga
- [4] Ghozali, Imam. (2009). **Desain Penelitian eksperimental dengan Program SPSS**. Semarang : Penerbit BP-UNDIP.
- [5] Hamid, Abdul , 2004. **Pedoman Penulisan Skripsi**, Jakarta : Penerbit FEIS.
- [6] Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan, Implementasi, dan pengendalian**, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- [7] _____2001 **Manajemen Pemasaran di Indonesia**. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- [8] _____ 2008. **Marketing Management**. United State of America : **Prentice Hall**.
- [9] Rangkuti, Freddy. 2003. **Measuring Consumer Satisfaction**. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Saladin Djaslim. 2003. **Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan. Pelaksanaan, dan Pengendalian**. Bandung : Penerbit Linda Karya.
- [11] Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- [12] Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri Muryani. 2003. **Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya**. Universitas Airlangga, Surabaya
- [13] Sangadji, E.M, 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta :Penerbit Andi.
- [14] Sugiharto. 2001. **Teknik Sampling**. Jakarta ; Gramedia Pustaka Utama.
- [15] Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- [16] Sumarwan, U. 2011. **Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor** : Penerbit Ghalia Indonesia.
- [17] _____2004. **Perilaku Konsumen Bogor** : Penerbit Ghalia Indonesia.
- [18] Stanton, W.J dan Lamato. 2005. **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid Satu**. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [19] _____ 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid Satu**. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- [20] Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran, edisi kedua**. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- [21] Walker dan Larreche. 2002. **Manajemen Pemasaran : Suatu pendekatan strategi dengan Orientasi global**. Jakarta : Penerbit Erlangga.