

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPATU DITOKO MBAK AL PASAR DESA MOJODUWUR

Rendi Rio Revansa¹, Munawaroh²

^{1,2} STKIP PGRI Jombang; Jalan Pattimura III/20 Jombang, 0321-854319
e-mail: ¹rendirevansa@gmail.com; ²munawarohw@yahoo.co.id

Abstrak. Dunia usaha selalu memperhatikan kualitas guna menunjang kemajuan usaha tersebut. Kualitas produk dan kualitas pelayanan merupakan salah satu ujung tombak dunia usaha. Toko sepatu mbak Al adalah usaha yang kurang memperhatikan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang ada di toko karena hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen ketika melakukan pembelian sepatu. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu di pasar Desa Mojoduwur serta pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial dan simultan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu di pasar desa Mojoduwur. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan populasi penelitian 300 konsumen. Jumlah populasi lebih dari 100 maka dengan menggunakan proportional random sampling didapatkan 75 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan angket dan dokumentasi. Setiap variabel diukur dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan uji F, uji t, serta menggunakan asumsi klasik dan uji koefisien determinasi. Dari penelitian tersebut, diperoleh hasil bahwa dari pengujian SPSS hasil uji T adalah Variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 3,408 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,5, dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,422, dan variabel tingkat kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,678 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05, dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,503. Dengan hasil positif dari kedua variabel maka hipotesis diterima. Hasil uji F Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa nilai sig adalah 0,001. Karena nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Kata Kunci: Kualitas produk. Kualitas pelayanan. Kepuasan konsumen.

Abstract. The business world always pays attention to quality to support the progress of the business. Product quality and service quality are one of the spearheads of the business world. Ms. Al's shoe shop is a business that always pays attention to product quality and service quality in the store because this can affect consumer satisfaction when buying shoes. This study aims to determine the effect of product quality and service quality on consumer satisfaction in purchasing shoes at the Mojoduwur village market and the effect of product quality and service quality simultaneously on consumer satisfaction in purchasing

shoes in the mojuduwur village market. This study uses quantitative research with a research population of 300 consumers. The total population is more than 100, so by using proportional random sampling, 75 samples are obtained. Data collection is done by using questionnaires and documentation. Each variable was measured using validity and reliability tests. Data analysis used multiple regression analysis technique with F test, t test, and used classical assumptions which included normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. From this study, it was found that the average score per indicator of the high product quality variable with the details of the indicators of determination having an average of 3.44, and the durability indicator having an average of 3.47 and brand names having an average of 3.346. The result of the average score per service quality variable indicator is high with the details of the tangibles indicator having an average of 3.78, responsive with an average of 3.66 and the empathy indicator having an average of 3.81. As for the results of the average score per indicator of the customer satisfaction variable, the results are high, with the details of the expectation conformity indicator having a score of 3.32, the seller's performance indicator with an average of 3.98. Furthermore, the indicator of willingness to recommend with an average of 3.28.

Keywords: product quality. Service quality. consumer satisfaction.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini membawa dampak yang besar terhadap perkembangan bisnis diseluruh dunia. Pasar terbuka luas dan peluang bisnis menjadi sangatlah lebar. Meningkatnya usaha baru dan pesaing dalam dunia bisnis membuat para pelaku usaha harus memperhatikan betul apa yang diinginkan konsumen. Pelaku usaha berusaha untuk memenuhi harapan yang diinginkan konsumen. Kondisi ini membuat para pelaku usaha haruslah memutar otak untuk melakukan inovasi dan perkembangan bisnis agar dapat meneruskan kelangsungan bisnisnya. Menurut Umar (2008:75), pelaku usaha haruslah memperhatikan faktor external dan faktor internal yang ada di perusahaan. Faktor external biasanya para pelaku usaha membuat diskon dan penawaran guna membuat para konsumen tertarik untuk membeli produk. Faktor internal yaitu para pelaku usaha haruslah memperhatikan pelayanan karyawan dan menjamin para pelanggan akan merasa nyaman dan senang ketika sedang membeli

Kebutuhan masyarakat akan suatu produk sangat beragam dan membuat para pedagang harus membaca apa yang diminati konsumen saat ini. Menurut Abraham Maslow, kebutuhan masyarakat digolongkan menjadi beberapa kebutuhan yaitu kebutuhan primer merupakan kebutuhan yang wajib dipenuhi. Kebutuhan tersier adalah kebutuhan yang tidak harus dipenuhi dan untuk pemuasan diri. Kebutuhan sekunder adalah kebutuhan yang berkaitan dengan usaha menciptakan atau menambah kebahagiaan hidup. Kebutuhan sekunder berupa penunjang hidup. Kebutuhan ini bisa ditunda pemenuhannya setelah kebutuhan primer dipenuhi. Contoh dari kebutuhan sekunder adalah perabotan rumah tangga, pendidikan, sepeda motor, kursi, alat tulis, dan sepatu. Sepatu merupakan kebutuhan sekunder, sepatu juga mempunyai banyak model diberbagai kalangan masyarakat. Mulai dari sepatu anak-anak sampai sepatu dewasa, sepatu sekolah sampai sepatu kantor, sepatu model sampai sepatu khusus atau safety. Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan daya tahan produk, ketetapan, kemudahan, pengoperasian dan juga atribut produk.

Konsumen merasa puas apabila produk yang diharapkan sesuai dengan produk yang dihasilkan oleh pelaku usaha dan pelaku usaha bisa mendapatkan respon yang baik dari konsumen, dimana konsumen merupakan hal yang sangat diperhatikan oleh setiap pelaku usaha karena tanpa adanya konsumen maka akan sulit bagi usaha untuk bisa berkembang menjadi lebih baik. Termasuk juga kualitas pelayanan yang diterapkan oleh pelaku usaha. Guna menunjang kenyamanan, keamanan ketika konsumen membeli. Apabila kualitas pelayanan yang diterima pelanggan lebih baik atau sama dengan yang diharapkan, maka pelanggan akan puas dan cenderung akan mencobanya kembali, begitu pula sebaliknya. (Alma, 2007).

Menurut Suryana (2016/203) ada lima macam komponen kualitas produk yang secara berurutan yaitu: a. ketetapan (*reability*) yaitu rata-rata kelalaian/pengabaian. b. daya tahan (*durability*) yaitu berapa lama barang dapat dipakai atau bertahan. c. mudah digunakan (*easy of use*) barang dan jasa

memberikan kendaraan untuk digunakan d. nama merk yang terkenal dan dipercaya (*know and trusted brand name*) e. harga yang terlalu rendah (*low price*). Kualitas pelayanan merupakan salah satu factor penting dalam menentukan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen selalu berubah ubah setiap waktu ke waktu. Harapan konsumen terhadap sebuah produk tidaklah sama. Harapan yang dimiliki konsumen cenderung meningkat selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen. Konsumen yang pernah merasakan produk yang berkualitas pasti akan menginginkan kualitas yang sama atau bahkan lebih tinggi ketika menggunakan produk yang sejenis.

Menurut Kotler (1997:36), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan. Menurut Priansa (2017 : 197) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dimiliki oleh seseorang berdasarkan perbandingan antara kenyataan yang diperoleh dan harapan yang dimiliki oleh konsumen. Didalam memberikan kepuasan konsumen pelaku usaha terutama di pasar tradisional sangatlah beragam tergantung dari kinerja penjual di pasar tradisional.

Di pasar tradisional desa mojuduwur pemilik toko sepatu menggunakan sistem waralaba untuk menunjang kehidupan toko sepatu. Karena dirasa waralaba juga mengalami banyak keuntungan. Dari segi produk yang terjamin ketahanan dan kenyamananya. Di toko sepatu mbak al kurang memperhatikan produk sepatu yang dijualnya karena didalam toko lebih banyak produk sepatu yang diobral dengan kualitas rendah dari pada produk sepatu yang bermerk dengan kualitas yang tinggi. Dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pemilik toko sepatu bagi para konsumen yang bisa dipersepsikan kurang baik dan jauh dari kata memuaskan dikarenakan karyawan selalu mengikuti konsumen kemanapun konsumen melihat sepatu dan karyawan juga kurang memperhatikan sikap keramahan dan kenyamanan pelayanan yang diterima juga belum melampaui harapan konsumen, maka pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, jika kualitas produk dan

kualitas pelayanan mengalami penurunan atau pemilik toko tidak menerapkan dengan baik maka dapat dipastikan kepuasan konsumen akan dirasakan tidak memuaskan dalam proses jual beli. Dan tidak akan terjadi proses jual beli ulang.

Penelitian ini menggunakan indicator beberapa ahli indicator kualitas pelayanyaitu : 1. *Tangibles* (bukti langsung), 2. *Reability* (kehandalan), 3. *responsiveness* (daya tanggap), 4. *emphathy* (empati), dengan indicator kualitas produk yaitu : 1. Ketetapan (*reability*). 2. Daya tahan (*durability*) 3. Mudah digunakan (*easy ofuse*) 4. Nama merek yang terkenal dan dipercaya (*know and trusted brand name*). 5. Harga yang terlalu rendah (*low price*). indicator kepuasan konsumen yaitu: 1. Kesesuaian harapan. 2. Kinerja penjual 3. Kesediaan merekomendasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini akan membahas variabel yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan jenis pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di pasar desa mojuduwur. Populasi dalam penelitian ini adalah pembeli sepatu yang melakukan pembelian ditoko sepatu mbak al dengan populasi penelitian 300 siswa. Jumlah populasi lebih dari 100 maka dengan menggunakan proportional random sampling didapatkan 75 sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan cara menggunakan angket dan dokumentasi. Setiap variabel diukur dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda dengan uji F, uji t, dan uji determinasi serta menggunakan uji asumsi klasik yang mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi dan uji heterokedastisitas

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun dari hasil penyebaran questioner pada konsumen tersebut adalah sebagai berikut Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu di pasar desa Mojoduwur kecamatan Mojowarno.

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Pembelian Sepatu Di Pasar Tradisional Desa Mojoduwur Kecamatan Mojowarno.

Hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa Mojoduwur“ diterima. Dan diperoleh taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis yang peneliti lakukan membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa Mojoduwur.

Dari analisis data untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen bahwa hasil rata-rata dari indikator mudah digunakan sebesar 4,22 yang menunjukkan bahwa tingkat kecenderungan pada kepuasan konsumen termasuk kategori sangat tinggi. Kualitas sepatu yang diberikan kepada konsumen merupakan kualitas yang terbaru dan terbaik. Kotler Keller (2012 : 142) kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya termasuk didalamnya keawetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan memperbaiki serta atribut lainnya.

Begitulah cara toko sepatu Mbak Al dalam memperjualbelikan produk sepatunya. Dengan kualitas terbaik yang diberikan kepada konsumen sehingga akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam proses pembelian sepatu. Jika toko sepatu Mbak Al tetap mempertahankan kualitas produk yang dijualnya dan bisa memperhatikannya maka toko sepatu Mbak Al akan mengalami peningkatan dalam berwirausaha. Mempertahankan

kualitas produk merupakan focus utama dalam setiap usaha, kualitas merupakan salah satu kebijakan penting dalam meningkatkan daya saing produk yang harus memberi kepuasan kepada konsumen yang melebihi atau paling tidak sama dengan kualitas produk pesaingnya.

Kepuasan konsumen merupakan salah satu factor penting dalam pengembangan sebuah usaha. Menurut Daryanto & setyobudi (2014), kepuasan konsumen merupakan suatu penilaian emosional dari konsumen setelah konsumen menggunakan suatu produk, dimana harapan dan kebutuhan konsumen yang menggunakannya terpenuhi. Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

Kotler keller, 2009:144. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan konsumen yang dihasilkan. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen. Kepuasan tergantung oleh kualitas produk perusahaan. Konsumen menginginkan produk yang diterimanya sesuai dengan harapan yang dirasakan. Kualitas dapat dikategorikan sebagai senjata yang strategis untuk berkompetensi dengan para pesaing. Karena peran kualitas produk sangat menentukan keinginan konsumen tersebut sehingga dengan kualitas produk akan tercapai suatu kepuasan tersendiri bagi konsumen. Penelitian ini juga sebanding dengan penelitian yang dilakukan oleh Patricia Yordana 2012. Feny ruwaida 2012. Ainina zakiya rahma. 2018. Nabella alfinanda rafika 2019.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar tradisional desa Mojowarno kecamatan Mojowarno.

Hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur“ diterima. Karena diperoleh taraf signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil analisis data yang peneliti lakukan membuktikan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur.

Untuk mengetahui pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur bahwa hasil rata-rata dari indikator *emphaty* sebesar 3,83 yang menunjukkan bahwa tingkat kualitas pelayanan termasuk kategori sangat tinggi. Saat melakukan penelitian, didalam toko sepatu konsumen merasakan pelayanan yang baik dari karyawan. Hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen telah menerima banyak perhatian dalam toko sepatu. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitanya dalam menciptakan keuntungan perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan kepada pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut pemilik toko sepatu mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan toko sepatu dalam memberikan pelayanan berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan pelayanan seberapa jauh antara kenyataan dan harapan para pelanggan atas pelayanan yang mereka terima. Kualitas pelayanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan sebuah usaha. Dan dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan tentang baik buruknya. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen didalam toko sepatu. Penelitian ini juga sebanding

dengan penelitian yang dilakukan oleh. Berry dan Zenthaml. Wisnalmawati, 2005.Lupiyo adi2006.

3. Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur kecamatan mojowarno.

Hipotesis yang berbunyi “Ada pengaruh yang signifikan kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur“ diterima. Diketahui bahwa Dari Teknis Analisi Data Yang Telah Dipaparkan Dan Mendapat Nilai Positif Yang Berarti Ha Diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas layanan secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel Kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur Dalam nilai F menunjukkan angka yang positif berarti bahwa pengaruh kedua variabel menunjukkan arah yang positif.

Berdasarkan pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian sepatu dipasar desa mojuduwur dapat dilihat dari koefisien determinasinya yang ditunjukkan oleh R Square.Nilai R Square 0.291 sehingga dapat dikatakan kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memiliki kontribusi sebesar 29.1% dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini juga didukung oleh teori kotler dan keller (2016). Keberhasilan perusahaan dalam melaksanakan kegiatan umumnya dan kegiatan pemasaran pada khususnya tidak terlepas dari usaha untuk menghadapi dan mengadaptasi dengan perkembangan lingkungan dimana perusahaan berada.Peran kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yang bertujuan untuk membuat konsumen melakukan pembelian ulang didalam toko sepatu.Banyak sekali aspek yang mempengaruhi keberhasilan atau keterpurukan sebuah usaha. Yang tidak akan memperhatikan aspek aspek bauran pemasaran. Pelayanan prima serta kualitas kualitas dalam toko maupun usahanya.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Uji T adalah Variabel kualitas produk diperoleh nilai t hitung sebesar 3,408 dengan nilai signifikansi sebesar 0,01 lebih kecil dari 0,5 , dan koefisien regrsi memiliki nilai poditif sebesar 0,422, dan variabel tingkat kepuasan diperoleh nilai t hitung sebesar 3,678 dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05 , dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,503. Dengan hasil positif dari kedua variabel maka hipotesis diterima. Hasil uji F Beerdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai sig adalah 0,001. Karena nilai signifikan < 0,05 maka Ha diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualiatas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

SARAN

Berdasarkan dari hasil penelitian dan simpulan diatas, yang bertujuan untuk meningkatkan keunggulan bersaing pada Toko sepatu mbak AL maka disarankan sebagai berikut :

1. Toko sepatu mbak AL agar tetap melakukan serta menjaga dan melakukan peningkatan produk yang dimiliki seperti segi daya tahan, kualitas, dan merk yang sesuai dengan tren saat ini agar konsumen tetap loyal.
2. Toko sepatu mbak AL sebaiknya memperhatikan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh karyawan ketika sedang melayani pembelian sepatu atau pemilik toko sepatu mbak al hendaknya melakukan seleksi dengan betul dalam merekrut karyawan karena kecakapan dan kehandalan karyawan dalam melayani konsumen merupakan salah satu strategi dalam dunia usaha.
3. Toko sepatu mbak AL sebaiknya memberikan keunikan tersendiri sebagai ciri khas dari tokonya. Ciri khas ini nantinya akan selalu membrikan kenyamanan dan keutamaan tersendiri dimata konsumen. Atau pemilik

toko sepatu melakukan promo maupun diskon dan potongan harga terhadap konsumen yang ada. Hal ini nantinya akan membuat toko sepatu bisa berkembang dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina. (2012). *(Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dan Nilai Pelanggan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Joglo Semar Bus (Study Pada Wilayah Semarang Town Office)*. (Online). (Http://Eprints.Undip.Ac.Id/35886/1/SKRIPSI_AGUSTINA.Pdf). Diakses Pada Tanggal 15 November 2020.
- Bariroh. (2015). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Membeli Konsumen Pada Mini Market Indomaret Dan Mini Market Alfa Mart*, (Online), (Https://Etheses.Uin-Malang.Ac.Id/1552/6/11410152_Bab_2.Pdf.)Diakses Pada Tanggal 20 Januari 2021.
- Budiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Surakarta: erlangga
- Dirgantara.(2013). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pengunjung Museum Kartini Jepara*.(Online). (<Https://Lib.Unnes.Ac.Id/18066/1/7350408050.Pdf>). Diakses Pada Tanggal 12 Desember 2020.
- Daryanto dan Isnanto Setyabudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Penerbit Gava Media.Yogyakarta.
- Fidanty.(2016). *Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Ditoko Waralaba*.(Online). (<Https://Journal.Unnes.Ac.Id/Sju/Indexs.Php/Maj/Article/View/5571/7743> .) Diakses Pada Tanggal 17 Desember 2020.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss 19 Edisi 5*. Semarang: Undip
- Justin G longehecker. 2011. *Kewirausahaan : manajemen usaha kecil*. Penerbit.Jakarta. Salemba empat
- Keller, Kevin Lane.(2012). *Strategi Brand Management (4 Edition)*. England: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip.,& Keller K. (2007). *Management Pemasaran Edisi Ketiga Belas Jilid 1*.Jakarta. Erlangga