

## PENGARUH KUALITAS MAKANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI PADA COLATTO PASTRY & BAKERY GIANYAR

I Wayan Artana Wijaya, Anak Agung Putu Agung, Ni Putu Nita Anggraini  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mahasaraswati Denpasar  
<sup>1</sup>artanawijaya98@gmail.com

### Abstrak

Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Konsumen akan memutuskan produk yang akan dibeli berdasarkan persepsi mereka terhadap produk tersebut berkaitan dengan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhannya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian roti pada Colatto Pastry & Bakery Gianyar. Penelitian ini dilakukan di Colatto Pastry & Bakery Gianyar dengan menggunakan sampel sebanyak 100 orang konsumen. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan *software* SPSS. Berdasarkan hasil analisis, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas makanan dan citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Colatto Pastry & Bakery Gianyar. Kualitas makanan dan citra merek berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di Colatto Pastry & Bakery Gianyar.

Kata kunci: *kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian*

### Abstrack

*Purchasing decisions are actions of consumers to buy or not to product. Consumers will decide the product to be purchased based on their perception of the product related to the ability of the product to meet their needs. This study aims to determine the effect of the influence of food quality and brand image on bread purchasing decisions on Colatto Pastry & Bakery Gianyar. This research was conducted at Colatto Pastry & Bakery Gianyar using a sample of 100 consumers. The sampling technique used is non-probability sampling with the sampling technique is purposive sampling. Data collection is done through interviews and questionnaires. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis which is processed using SPSS software. Based on the results of the analysis, this study shows that food quality and brand image have a positive and significant effect on purchasing decisions at Colatto Pastry & Bakery Gianyar. Food quality and brand image simultaneously influence purchasing decisions at Colatto Pastry & Bakery Gianyar.*

*Keywords: food quality and brand image on purchasing decisions*

## PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan lingkungan maka saat ini bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar, dalam suatu pemasaran banyak sekali bentuk dan macam-macam aneka ragam makanan dari yang kecil hingga yang besar. Kebanyakan orang dalam memilih pemuas kebutuhannya lebih suka dilakukan dengan dilayani dan tidak perlu harus repot-repot, akan tetapi akhir-akhir ini kecenderungan masyarakat kita dalam membeli makanan yaitu memperhatikan rasa, gizi yang terkandung dalam makanan tersebut, baru kemudian memikirkan harga. Colatto *Patry & Bakery* di daerah Gianyar merupakan toko roti yang memproduksi roti dengan tekstur yang lembut dan rasa yang khas, agar dapat mempertahankan konsumennya maka perusahaan semakin dituntut untuk selalu mempertahankan rasa yang khas yang yang sulit ditiru oleh toko lainnya, yang menjadikan konsumen untuk selalu membelinya.

Menurut Kotler (2009), keputusan pembelian yaitu tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu produk. Dalam setiap keputusan pembelian pada *bakery*, konsumen akan selalu memperhatikan kualitas dari makanan dan citra merek dari perusahaan itu sendiri. Kualitas merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk. Produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan, karena peningkatan kualitas produk pada makanan akan dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli, dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang.

Menurut Ferdianto (2015), dengan semakin meningkatnya kualitas *Brand* suatu produk maka konsumen akan tertarik untuk melakukan keputusan pembelian, artinya setiap meningkatnya kualitas *brand image* maka keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk akan meningkat, hal ini berarti konsumen membeli suatu produk dengan melihat apakah brand dari produk tersebut sudah dikenal banyak orang atau belum.

Penelitian Sugianto (2014) menemukan bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada restoran *yung ho* Surabaya. Hasil serupa

yang sama juga ditemukan oleh Nurhadiatin (2018) bahwa *food quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada kantin mahasiswa Institut Agama Islam Negeri di Tulungagung.

Ferdyanto (2015) menunjukkan bahwa secara simultan *brand image*, berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara parsial *brand image* dan kualitas produk yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan variabel harga berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Tabel 1 Penjualan Colatto Pastry & Bakery Bulan Oktober 2018-Maret 2019**

Bulan	Penjualan (Rp)	Kenaikan/Penurunan
Oktober	11.365.000.00	-
November	12.280.500.00	915.500.00
Desember	11.745.000.00	535.500.00
Januari	11.460.000.00	285.000.00
Februari	12.175.000.00	715.000.00
Maret	12.880.500.00	705.500.00

Sumber: Colatto *Pastry & Bakery*

Dari data Tabel 1 Penjualan Colatto *Pastry & Bakery* mulai pada bulan Oktober 2018, terjadi kenaikan penjualan pada bulan November 2018. Pada bulan Desember 2018-Januari 2019 angka penjualan menurun. Penurunan dikarenakan adanya persaingan dengan toko yang sama menjual *bakery* yang berada tidak jauh dari toko Colatto *Pastry & Bakery*. Memasuki bulan Februari-Maret 2019 penjualan mulai meningkat kembali, dikarenakan kemungkinan konsumen sudah mengetahui perbedaan mana yang lebih baik dari segi kualitas, rasa dan tekstur roti yang di buat oleh toko Colatto.

Berdasarkan fenomena bisnis dan empiris yang ada maka, maka penulis termotivasi untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Colatto *Pastry & Bakery*”.

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan terhadap keputusan pembelian roti pada toko Colatto *Pastry & Bakery* Gianyar.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh atau citra citra merek terhadap keputusan pembelian roti pada toko Colatto *Pastry & Bakery* Gianyar.

## **KAJIAN LITERATUR DAN HIPOTESIS PENELITIAN**

### **Kualitas Makanan**

Menurut Margareta (2012), kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Fiani dan Japariato (2012), indikator-indikator untuk mengukur kualitas makanan yaitu:

- 1) Aroma
- 2) Warna
- 3) Rasa
- 4) Tekstur
- 5) Bentuk
- 6) Tingkat kematangan

### **Citra Merek**

Menurut Kotler (2009), citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dipegang oleh konsumen, seperti yang dicerminkan asosiasi yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selalu diingat pertama kali saat mendengar slogan dan tertanam dibenak konsumennya. Adapun yang membentuk citra merek menurut Widyastuti (2011), adalah sebagai berikut:

- 1) Lambang atau logo merek mudah diingat
- 2) Merek mudah dikenali
- 3) Merek yang terpercaya

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler (2009), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Menurut (Kotler, 2009:224) indikator yang mencirikan keputusan pembelian yang digunakan penelitian ini, yaitu:

- 1) Keinginan mencoba
- 2) Kebiasaan dalam membeli produk
- 3) Memberikan rekomendasi kepada orang lain
- 4) Melakukan pembelian ulang

### **Hipotesis**

- 1) Diduga kualitas makanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti pada toko *Colatto Pastry & Bakery*.

- 2) Diduga citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian roti pada toko Colatto *Pastry & Bakery*

## METODE PENELITIAN

### Metode Penentuan Sampel

Pada penelitian ini obyek yang akan di teliti yaitu kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian roti pada Colatto *Pastry & Bakery* Gianyar. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah 100 orang konsumen pada Colatto *Pastry & Bakery* Gianyar. Teknik penentuan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* dengan teknik pengambilan sampel adalah *purposive sampling*, dimana yang dipilih sebagai responden adalah masyarakat yang berumur minimal 17 th, pendidikan SMP.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2009:21) analisis regresi linier berganda yaitu suatu metode yang menganalisa pengaruh antara dua atau lebih variabel, khususnya variabel yang mempunyai hubungan sebab akibat yaitu antara variabel dependen dengan variabel independen. Analisis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian roti pada Colatto *Pastry & Bakery* Gianyar. Bentuk umum persamaan regresi yang digunakan adalah regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan:

Y = Keputusan pembelian

$\alpha$  = Nilai Konstanta

X1 = Kualitas makanan

X2 = Citra Merek

$b_1$  = Koefisien regresi dari X1

$b_2$  = Koefisien regresi dari X2

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Coba Kuisisioner

Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Berdasarkan hasil uji validitas dalam *pilot testing* menunjukkan bahwa koefisien korelasi dari masing-masing pernyataan dalam kuisisioner *pilot testing*  $> 0,3$  dengan jumlah 30 responden, dapat disimpulkan item pernyataan dalam kuisisioner tersebut valid dan layak digunakan dalam penelitian.
- 2) Berdasarkan hasil uji reliabilitas dalam *pilot testing* menunjukkan bahwa kualitas makanan, citra merek, dan keputusan membeli masing-masing memiliki *cronbach alpha*

= kualitas makanan X1 (0,929), citra merk X2 (0,853), dan keputusan membeli Y (0,908). Dimana nilai tersebut diatas 0,60, jadi kesimpulannya variabel kualitas makanan, citra merek, dan keputusan membeli adalah reliabel dan layak digunakan dalam penelitian.

### Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan hasil uji statistik deskriptif dapat menjelaskan sebagai berikut:

- 1) Kualitas makanan ( $X_1$ ) memiliki nilai minimum sebesar 9,00 nilai maksimum sebesar 30,00, nilai rata-rata sebesar 24,1800 dan standar deviasi sebesar 4,36788.
- 2) Citra merek ( $X_2$ ) memiliki nilai minimum sebesar 6,00, nilai maksimum sebesar 15,00, nilai rata-rata sebesar 12,2800 dan standar deviasi sebesar 2,16529.
- 3) Keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai minimum sebesar 9,00, nilai maksimum sebesar 20,00, nilai rata-rata sebesar 16,6900 dan standar deviasi sebesar 2,94630.

### Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji *Kolmogrov-smirnov* menunjukkan bahwa uji normalitas memiliki tingkat signifikansi sebesar  $0,828 > 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

#### 2) Uji Multikolinearitas

Menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari variabel kualitas makanan dan citra merek  $> 0,10$  dan nilai  $VIF \leq 10$ , maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas antara variabel bebas dalam model regresi.

#### 3) Uji Heterokedastisitas

Berdasarkan hasil uji SPSS menunjukkan bahwa variabel kualitas makanan dan citra merek memiliki tingkat signifikansi yaitu: 0,520 dan 0,267 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

### Analisis Inferensial

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antara kualitas makanan dan citra merk terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery* secara parsial dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2  
Rangkuman Hasil Penelitian Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.738	1.633		2.902	.005
Kualitas Makanan	.250	.059	.370	4.224	.000
Citra Merek	.482	.119	.354	4.040	.000
R					.601
R Square					.361
Adjusted R Square					.348
F Statistic					22.409
Signifikansi					.000 <sup>b</sup>

Sumber: Data di olah (2019)

Berdasarkan Tabel 2 di atas, diperoleh persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$Y = 4,738 + 0,250X_1 + 0,482X_2$$

Dari persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan bahwa:

- 1) Dilihat dari nilai  $b_1 = 0,250$ . Hal ini berarti semakin baik kualitas makanan ( $X_1$ ) maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat.
- 2) Dilihat dari nilai  $b_2 = 0,250$ . Hal ini berarti semakin baik citra merek ( $X_2$ ) maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat.

### Uji Kelayakan Model

#### Analisis Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil uji SPSS dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0361. Dengan demikian besarnya pengaruh pengaruh kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery* adalah sebesar 36,1% sedang sisanya  $100\% - 36,1\% = 63,9\%$  dipengaruhi faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

#### Uji F-test

Hasil uji F (Ftest) menunjukkan bahwa nilai F Hitung sebesar 22,409 dengan nilai signifikansi  $P_{\text{value}} 0,000$  yang lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ , ini berarti model yang digunakan pada penelitian ini adalah layak. Hal ini berarti ada pengaruh secara simultan dari variabel kualitas makanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*.

## Uji t

Hasil pengujian signifikansi masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen menunjukkan hal sebagai berikut:

- a) Berdasarkan hasil analisis untuk variabel Kualitas makanan ( $X_1$ ) di peroleh signifikan  $0,000 < \alpha (0,05)$  hal ini berarti Kualitas makanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.
- b) Berdasarkan hasil analisis untuk variabel citra merek ( $X_2$ ) diperoleh  $t_{\text{hitung}}$  adalah 4,040 dengan sig.  $0,000 < 0,05$ , ini berarti bahwa variabel citra merek ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*, sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima.

## Pembahasan Hasil Penelitian

### Pengaruh Kualitas Makanan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara statistik menunjukkan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*. Hal ini menunjukkan sebuah pengaruh yang positif jika semakin baik kualitas makanan, maka semakin baik pula keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*. Kualitas makanan merupakan peranan penting dalam keputusan pembelian konsumen, karena peningkatan kualitas produk dapat membuat konsumen merasa puas terhadap produk atau jasa yang mereka beli dan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Nurhaidatin (2018) dan Jimmy Sugianto (2014) yang menemukan bahwa kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara statistik bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*. Hal ini menunjukkan sebuah pengaruh yang positif jika semakin baik citra merek, maka semakin baik pula keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*. Pada era global saat ini pastinya konsumen akan melihat atau mempertimbangkan dari citra merek atau toko yang sudah ada di benak konsumen, karena jika tanggapan konsumen tentang penawaran suatu produk yang bersaing tetap sebagai suatu hal yang sama atau biasa, maka konsumen akan melihat merek dari suatu produk dengan tanggapan yang



berbeda, dalam membeli sebuah barang, seringkali konsumen melihat *image* dari *brand* tersebut terlebih dahulu baru kemudian kualitas dari produknya. Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ferdianto (2015) dan Sulistyawati (2015) yang menemukan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) Kualitas makanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*, sehingga hipotesis pertama ( $H_1$ ) diterima.
- 2) Citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*, sehingga hipotesis kedua ( $H_2$ ) diterima.

### **Saran**

Berdasarkan uraian kesimpulan tersebut di atas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

- 1) Diharapkan pemilik Toko Colatto *Pastry & Bakery* lebih memperhatikan karyawan atau chef dalam memproduksi roti yang akan dijual agar tetap memiliki cita rasa yang khas sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*.
- 2) Diharapkan pemilik Toko Colatto *Pastry & Bakery* melakukan promosi dengan tetap mengedepankan kualitas makanan yang diproduksi sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Colatto *Pastry & Bakery*.
- 3) Bagi Peneliti Selanjutnya
  - a) Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan faktor lain yang mempengaruhi minat berkunjung seperti; kualitas pelayanan, persepsi harga, lokasi, promosi dan kepuasan pengunjung.
  - b) Bagi penelitian selanjutnya diharapkan menggunakan lokasi lain sebagai objek penelitian, agar hasil penelitian lebih menyeluruh.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Dwitama, Soenawan Alfredo, Edward Stephen Malonda, and Adriana Aprilia. 2015. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D'Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya. *Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa* 3.2 (2015): 395-409.

- Fatlahah, A. 2016. Pengaruh Kualitas produk dan Citra merek terhadap keputusan pembelian es krim wall's magnum. *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM)*, 1(2).
- Ferdyanto, Fure. Joyce Lopian, and Rita Taroreh. 2015. Pengaruh brand image, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen di j. co Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 3.1.
- Fiani, M., & Edwin Japarianto, S. M. 2012. Pengaruh Kualitas makanan, Harga dan Faktor Sosial terhadap Keputusan Pembelian Bakso, *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* Volume 1, Nomor 2.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (Edisi Ke 4). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi tiga belas Bahasa Indonesia. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga.
- Margaretha S. & Edwin Japarianto. 2012. Analisa Pengaruh *Food Quality & Brand Image terhadap Keputusan Pembeli Roti Kecil Toko Roti Ganep's* di Kota Solo. *Jurnal Manajemen Pemasaran*.
- Murty, D., & Khasanah, I. 2017. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ML di Semarang (*Doctoral dissertation*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nanda, Resmi., & Wismiarsi, T. 2015. Pengaruh Kemasan Dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*, 13(1), 1-20.
- Nurhaidatin. 2018. Pengaruh kualitas makanan, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mahasiswa IAIN Tulungagung, di kabupaten tulungagung. *Jurnal ilmu manajemen JIM*, 1(4).
- Nurul, Setyaningrum, Handoyo Djoko Waluyo, dan Andi Wijayanto. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Penjualan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Mie Sedaap." *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 3.1 (2014): 197-204.
- Peter, J. P., & Olson, J. C. 2000). *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Terjemahan Damos Sihombing. Jakarta: Jilid 1 Edisi 4 Erlangga.
- Prayogo, M., & Liliani, L. 2016. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pepo. *PERFORMA*, 1(2), 171-180.
- Rao, Purba. 2006. Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis. *The Asian Manager* (February-March).
- Rangkuti, Freddy, 2014, *The Power of Brand*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugianto, J., & Sugiharto, S. 2014. Analisa pengaruh service quality, food quality, dan price terhadap keputusan pembelian pada restoran Yung Ho Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(2), 1-10.
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.

- Sulistyawati, P. 2015. Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang (*Doctoral dissertation*, UNIVERSITAS DIPONEGORO).
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Widyastuti, Ayu Kusuma Melati. 2009. Pengaruh Citra Merek dan Celebrity Endorser terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Charm. Surabaya: *Jurnal Manajemen, Volume 2, Nomor 2*.
- Widyastuti, Dinny. 2011. Analisis Pengaruh Efek Komunitas, Kekhasan Produk, Citra Merek Kepada Sikap Merek dan Implikasinya Terhadap Minat Membeli Ulang. *Skripsi*. UNDIP.
- Winardi. 2010. *Kepemimpinan dan Manajemen*. PT Rineka Cipta. Jakarta.