

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Pada Official Store Emina Di Shopee

Farida Anum<sup>1</sup>, Muhammad Maghribi Badau<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: [faridaanum1@gmail.com](mailto:faridaanum1@gmail.com)<sup>1</sup>, [muhhammadbada45@gmail.com](mailto:muhhammadbada45@gmail.com)<sup>2</sup>

### Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bersifat deskriptif dan kausal. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli minimal satu kali pada official store di shopee serta berminat untuk membeli kembali produk Emina. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah purposive sampling dengan sampel sebanyak 51 responden. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan alat analisis data SPSS 22. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa tanggapan responden terhadap variabel kualitas produk memiliki persentase sebesar 81,80% dengan kategori baik dan variabel harga memiliki persentase sebesar 78,58% dengan kategori baik dan tanggapan responden terhadap variabel minat beli ulang sebesar 71,92% dengan kategori baik juga. Kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap minat beli ulang, berpengaruh secara parsial terhadap variabel minat beli ulang dengan total pengaruh sebesar 58,6% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** *Kualitas produk, harga, minat beli ulang*

### Abstract

This study uses a quantitative method that is descriptive and causal. The population in this study are consumers who have purchased at least once at the official store at Shopee and are interested in repurchasing Emina products. The sampling technique in this study was purposive sampling with a sample of 51 respondents. This study uses multiple linear regression analysis using the SPSS 22 data analysis tool. Based on the results of the study, it can be concluded that the respondents' responses to the product quality variable have a percentage of 81.80% in the good category and the price variable has a percentage of 78.58% in the good category. good and the respondent's response to the variable repurchase interest was 71.92% in the good category too. Product quality and price have a simultaneous effect on repurchase intention, partially affect the variable repurchase intention with a total effect of 58.6% and the remaining 41.4% is influenced by other variables not examined in this study.

**Keywords:** *Product quality, price, repurchase intention*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Pada zaman sekarang hampir semua wanita membutuhkan produk kosmetik dan perawatan wajah. Di Indonesia semenjak adanya pandemic Covid-19 kesadaran wanita akan merawat wajah semakin meningkat karena pola hidup yang berubah dan beberapa tren sehingga terjadinya peningkatan. Hal itu dapat dilihat dari laporan Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2020 mengungkapkan bahwa industri kosmetik mengalami peningkatan sebesar 5,59 persen. Lalu, sepanjang tahun 2021 naik sebesar 7 persen.

Kosmetik merupakan produk kecantikan yang membuat banyak wanita lebih percaya diri. Sedangkan, perawatan wajah digunakan untuk mendapatkan wajah yang sehat. Kosmetik dan perawatan wajah sudah menjadi kebutuhan wanita pada saat ini. Berbagai usia wanita pun sudah membutuhkan kosmetik dan perawatan wajah dari mulai remaja hingga dewasa. Bagi mereka produk kosmetik dan perawatan wajah yang menawarkan bahan-bahan ringan serta harga yang terjangkau cukup diminati.

Produk kosmetik dan perawatan wajah lokal saat ini banyak menghiasi toko-toko online dan offline. Emina merupakan produk kosmetik dan perawatan wajah lokal yang banyak digemari remaja saat ini dengan jumlah pengikut dalam akun instagram Emina sebanyak 1 juta pengikut, menawarkan produk kosmetik dan perawatan wajah seperti Cushion, Lip Tint, Lip Matte, Lip Cream, Lip Balm, Lip Scrub, Tinted Balm Stick, Blush On, Blush On Cream, Blush Stick, Primer, Loose Powder, Compact Powder, BB Cream, Foundation, Browcara, Mascara, Sunscreen, Eyebrow, Eye Liner, Concealer, Highlighter Powder, Highlighter Stick, Pensil Alis, Lipstick, Facial Wash, Toner, Serum, Pelembab dan Micellar Water Produk yang digunakan pun halal dan telah teruji BPOM. Produk Emina ini memiliki pertumbuhan pasar yang cukup signifikan. Hal ini disebabkan perusahaan Emina memproduksi kosmetik dan perawatan wajah dengan kualitas yang baik dengan harga yang terjangkau bagi kalangan remaja. Selain itu, keunggulan dari produk Emina dibandingkan dengan kompetitornya adalah desain yang menarik, berkualitas tinggi dan memiliki harga yang kompetitif sehingga dapat menarik konsumen.

Dalam menjalankan bisnis kosmetik dan perawatan wajah ada beberapa faktor yang harus diperhatikan dalam membuat konsumen untuk menarik minat beli ulang diantaranya yaitu, kualitas produk. Dengan kualitas produk yang tinggi akan membuat konsumen dengan mudah menggunakan produk sehingga akan membuat konsumen melakukan minat beli ulang produk yang telah ditawarkan. Selain faktor kualitas produk terdapat faktor lain diantaranya faktor harga, jika harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk dan harga yang terjangkau maka konsumen akan membuat keputusan beli ulang produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mencoba melihat keterikatan antara kualitas produk dan harga dengan minat beli ulang konsumen dengan melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Official Store Emina Di Shopee."

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh :

1. Bagaimana Kualitas Produk pada Official Store Emina di Shopee?
2. Bagaimana Harga pada Official Store Emina di Shopee?
3. Bagaimana Minat Beli Ulang pelanggan pada Official Store Emina di Shopee?
4. Bagaimana dan seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang pada Official Store Emina di Shopee baik secara simultan maupun parsial?

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Manajemen Pemasaran**

Menurut Indrasari (2019:8) manajemen pemasaran adalah sebuah keseluruhan proses mulai dari analisis, perencanaan, pelaksanaan, pengawasan dan pengendalian suatu kegiatan pemasaran yang tujuannya adalah untuk mencapai target perusahaan secara efektif dan efisien. Manajemen pemasaran merupakan sebuah kegiatan merencanakan dan mengawasi segala kegiatan pemasaran produk atau jasa perusahaan. Bidang manajemen ini biasanya dijalankan kepada bagian marketing.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) kualitas produk adalah sebuah keunggulan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, keunggulan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan produk secara menyeluruh. Kualitas produk adalah faktor-faktor yang terdapat didalam suatu barang yang menyebabkan barang tersebut sesuai dengan tujuan awal produk itu dimaksudkan.

### **Harga**

Menurut Fandy Tjiptono (2016) harga adalah satu-satunya unsur pemasaran yang mempengaruhi pemasukan pendapatan dari hasil yang dikeluarkan oleh perusahaan bagi perusahaan. Harga adalah suatu nilai sebagai tolok ukur yang bisa disamakan baik dengan uang atau barang yang bernilai setara produk atau jasa yang diperoleh.

### **Minat Beli Ulang**

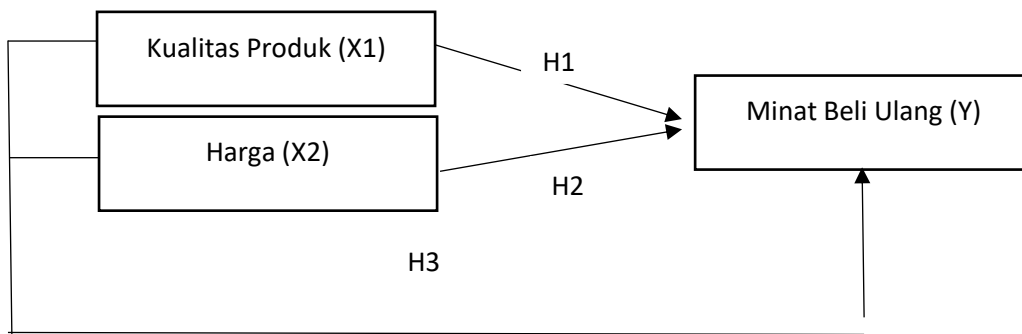
Menurut Peter dan Olson (2014:289) minat beli ulang adalah tindakan secara berulang dalam pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Minat beli ulang adalah keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dimasa yang akan datang. Perilaku pembelian ulang seringkali dikaitkan dengan loyalitas konsumen.

### **Penelitian Terdahulu**

Menurut Kenly Hermanto dan Irvan Cahyadi (2015) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya". Menyatakan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang. Harga memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat beli ulang. Kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap minat beli ulang produk fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa Universitas Kristen Petra.

Menurut Mahyarani Tiara Ghassani (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vacuum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang)". Menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara kualitas dan harga produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial dan simultan. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara kualitas produk dan harga terhadap niat beli ulang secara parsial dan simultan.

### **Kerangka Konseptual**



**Gambar 2.1 Kerangka Konseptual**

Sumber : Kajian teori, 2022

### Hipotesis

H1: Ada pengaruh Kualitas Produk terhadap minat beli ulang Emina pada Official Store di Shopee.

H2: Ada pengaruh Harga terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Shopee.

H3: Ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Shopee.

### METODE

#### Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2017:14) pengertian metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

##### Operasional Variabel

Variabel yang peneliti gunakan terhadap penelitian ini adalah:

##### 1) Variabel independent atau variabel bebas (X)

Menurut Sugiyono (2018:39) variabel bebas (independent) adalah variabel yang memiliki pengaruh atau yang menjadi sebab perubahannya terhadap perubahan yang ada di variabel terikat (dependent) yang disimbolkan (X). Secara umum dianggap bahwa variabel bebas yang mempengaruhi terikat, baik secara positif maupun negatif (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017:79). Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah Kualitas Produk dan Harga.

##### 2) Variabel dependent atau variabel terikat (Y)

Menurut Sugiyono (2019:69) variabel terikat (dependent) adalah sebuah variabel output. Variabel yang didapati dari pengaruh variabel X yang menjadi akibat dari suatu masalah dalam sebuah penelitian. Variabel terikat digunakan oleh peneliti untuk menjelaskan variabel terikat tersebut sehingga menghasilkan solusi dari masalah yang diteliti (Uma Sekaran dan Roger Bougie, 2017:77). Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah Minat Beli Ulang.

#### Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2016) skala pengukuran adalah acuan dari kesempatan yang digunakan untuk menentukan panjangnya suatu interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut jika digunakan dalam pengukuran dapat menghasilkan data kuantitatif.

#### Populasi

Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli minimal satu kali pada official store di Shopee serta berminat untuk membeli kembali produk Emina, alasannya karena sudah pernah membeli ulang dan juga mempunyai minat untuk membeli kembali produk tersebut yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

### **Sampel dan Teknik Sampel**

Pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling. Purposive sampling digunakan karena dengan menggunakan teknik ini, diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan yang dilakukan. Kriteria sampel yang digunakan peneliti adalah sebagai berikut:

1. Individu yang telah menggunakan produk Emina
2. Individu yang membeli produk tersebut dari official store Emina di Shopee setidaknya sudah pernah membeli minimal satu kali

### **Data Primer**

Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2017:130) data primer adalah data acuan informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti terkait dengan. Data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan sumber data yang diperoleh dari responden. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi pertanyaan atau pernyataan tertulis untuk dijawab oleh responden (Sugiyono, 2017: 142).

### **Data Sekunder**

Menurut Uma Sekaran dan Bougie (2017:130) data sekunder merupakan data yang mengacu pada informasi yang telah dikumpulkan dari sumber-sumber sebelumnya. Data sekunder yang digunakan penulis pada penelitian ini bersumber dari literatur buku untuk teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi, jurnal ilmiah nasional dan internasional. Menurut Sugiyono (2018:456) data sekunder adalah sumber data yang secara tidak langsung memberikan data kepada peneliti, bisa melalui dokumen maupun sumber lainnya. Data sekunder yang digunakan penulis pada penelitian ini bersumber dari literatur buku untuk teori-teori yang berhubungan dengan variabel penelitian, situs internet, dan penelitian terdahulu yang berupa skripsi dan jurnal ilmiah nasional.

### **Uji Validitas**

Dari 15 item pernyataan yang telah disebarakan pada 51 orang, hasilnya memperlihatkan bahwa nilai dari korelasi atau nilai  $r$  hitung yaitu lebih dari 0,2759 atau nilai dari  $r$  tabelnya, maka ditarik kesimpulan yaitu setiap item dalam kuesioner telah mencukupi untuk menyatakan hal yang nantinya dilakukan pengukuran menggunakan kuesioner yang ada.

### **Uji Reliabilitas**

Diketahui bahwa nilai dari Cronbach's Alpha  $\geq 0,60$ , yang berarti kuesioner yang telah disebarakan tersebut sudah dikatakan reliabel atau konsisten, maksudnya adalah setiap pernyataan dari kuesioner tersebut bisa dipercaya agar bis dipergunakan sebagai instrumen dalam sebuah penelitian.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**  
**Analisis Statistik Deskriptif**

**Tabel 4. 1 Kategori Variabel**

No.	Dimensi	Skor Total	Kategori
1	Kualitas Produk	81,80%	Baik
2	Harga	78,58%	Baik
3	Minat Beli Ulang	71,92%	Baik

Pada tabel 4.1 variabel Kualitas Produk secara keseluruhan memperoleh skor sebesar 81,80% (baik), variabel Harga secara keseluruhan memperoleh skor 78,58% (baik) dan variabel Minat beli ulang secara keseluruhan memperoleh skor sebesar 71,92% (baik).

**Uji Normalitas**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Kualitas Produk X1	Harga X2	Minat Beli Ulang X3
N		51	51	51
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	20.33	20.80	17.88
	Std. Deviation	2.944	3.231	4.744
Most Extreme Differences	Absolute	.122	.166	.123
	Positive	.097	.097	.067
	Negative	-.122	-.166	-.123
Test Statistic		.122	.166	.123
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 <sup>c</sup>	.001 <sup>c</sup>	.051 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

**Gambar 4. 1 One sample Kolmogorov-Smirnov Tes**

Sumber: Hasil pengolahan oleh peneliti menggunakan SPSS 25 (2022)

Dari gambar 4.1 dapat disimpulkan bahwa nilai asymp. Sig (2-tailed) >0,05 sehingga dapat dikatakan bahwa variabel residual berdistribusi normal.

**Analisis Regresi Linier Berganda**

**Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.066	3.203		-2.518	.015
	Kualitas Produk X1	.996	.220	.618	4.531	.000
	Harga X2	.274	.200	.186	1.365	.179

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang X3

### Gambar 4. 2 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Sumber: Hasil pengolahan oleh peneliti menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan analisis regresi linier berganda pada gambar gambar 4.2 diatas, berikut merupakan persamaan regresi dari hasil analisa tersebut:

$$Y = a+b_1X+b_2X$$

$$Y = -8.066 + 996X + 274X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta a : -8,066 jika Kepuasan Pelanggan bernilai 0 (Nol) maka tingkat Minat Beli Ulang konsumen Emina sebesar -8,066
2. Kualitas Produk: 0.996 maka terjadi hubungan positif antara Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang dikarenakan terdapat peningkatan sebesar 0.192
3. Harga: 0.274 maka terjadi hubungan positif antara Harga terhadap Minat Beli Ulang dikarenakan terdapat peningkatan sebesar 0.274

Dari persamaan diatas, maka dapat diperoleh hasil yang menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk dan variabel Harga berpengaruh positif terhadap variabel Minat Beli Ulang. Pengaruh positif ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Produk dan Harga yang ditawarkan oleh konsumen maka semakin baik juga Minat Beli Ulang terhadap Emina.

### Uji Hipotesis

#### a. Uji Simultan (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	659.018	2	329.509	33.921	.000 <sup>b</sup>
	Residual	466.276	48	9.714		
	Total	1125.294	50			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang X3

b. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

### Gambar 4. 3 Hasil Uji F

Sumber: Hasil pengolahan oleh peneliti menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, maka diketahui nilai f hitung: 33.921 dan nilai f tabel: 339,21. Karena nilai F hitung 33.921 > nilai F table 339,21. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Minat Beli Ulang pada Emina.

#### Uji Parsial (Uji t)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-8.066	3.203		-2.518	.015
	Kualitas Produk X1	.996	.220	.618	4.531	.000
	Harga X2	.274	.200	.186	1.365	.179

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang X3

### Gambar 4. 4 Hasil Uji F

Sumber: Hasil pengolahan oleh peneliti menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan gambar 4.4 nilai signifikansi (Sig.) yang dihasilkan lebih kecil dari probabilitas pada variabel kepercayaan (X1) yakni 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan adanya pengaruh Variabel signifikan secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat atau H1 diterima. Berdasarkan nilai t hitung dengan t tabel di atas, hasil nilai t hitung variabel kepercayaan sebesar 4.531 dan t tabel sebesar 1,798 berarti t hitung > t tabel dapat disimpulkan bahwa H1 diterima.

Untuk variabel ulasan produk (X2) nilai Signifikansi (Sig.) yang dihasilkan lebih besar dari probabilitas yakni 0,176 > dari 0,05. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya pengaruh signifikan secara parsial antara variabel bebas dengan variabel terikat atau H2 ditolak. Berdasarkan nilai t hitung dengan t tabel di atas, hasil nilai t hitung variabel ulasan produk sebesar 1.365 dan t tabel sebesar 1,798 berarti t hitung < t tabel dapat disimpulkan bahwa H2 ditolak.

#### Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 <sup>a</sup>	.586	.568	3.117

a. Predictors: (Constant), Harga X2, Kualitas Produk X1

#### Gambar 4. 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan

Sumber: Hasil pengolahan oleh peneliti menggunakan SPSS 25 (2022)

Berdasarkan gambar 4.5 tersebut, dapat dilihat bahwa pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Beli Ulang ditunjukkan oleh koefisien determinasi nilai R Square = 0,586. Besarnya hasil koefisien determinasi dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$Kd = r \times 100\%$$

$$Kd = 0.586 \times 100\%$$

$$Kd = 58,6\%$$

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa nilai ini menunjukkan variabel Kualitas Produk dan variabel Harga mempunyai pengaruh terhadap Minat Beli Ulang sebesar 58,6%% dan sisanya 41,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti e-service quality, product differentiation, inovasi produk, customer experience, brand image, kualitas pelayanan dan variabel lainnya yang berpengaruh terhadap minat beli ulang.

#### SIMPULAN

- Kualitas Produk termasuk dalam kategori baik dengan nilai sebesar 81,80%.
- Harga termasuk dalam kategori baik dengan nilai sebesar 78,58%.
- Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Shopee termasuk dalam kategori baik dengan nilai sebesar 71,92%.
- Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh sebesar 58,6% antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Shopee. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik Kualitas Produk dan Harga maka akan semakin baik juga Minat Beli Ulang Emina pada Official Store di Shopee.



## DAFTAR PUSTAKA

- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. (2016). *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset
- Ghassani, M. T., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Bandeng Juwana Vaccum Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Pelanggan PT. Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal Of Social And Political Science*, 1-8.
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Ulang Fast Food Ayam Goreng Tepung Di Kalangan Mahasiswa Universitas Kristen Petra Surabaya.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. (2014). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran. Edisi Sembilan. Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller.(2016). *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*.Jakarta: PT. Indeks.
- Sekaran, Uma dan Roger Bougie. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian. Edisi 6. Buku 1. Cetakan Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.