

Nomor Skripsi : 212/UN40.A7.D1/PI/2020

**ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK MOBIL  
DATSUN MELALUI PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA MEREK  
( Survei pada *followers* akun Instagram autonetmagz)**

**Skripsi**

Diajukan untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen



Oleh

ANANDA GALIH KATRESNA

NIM 1600602

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
2020**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN TERHADAP PRODUK MOBIL  
DATSUN MELALUI PENGETAHUAN PRODUK DAN CITRA MEREK**

**Ananda Galih Katresna  
1600602**

Skripsi ini telah disetujui dan disahkan oleh :

**Dosen pembimbing I**



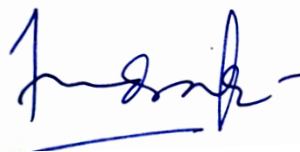
**Prof. Dr. H. Agus Rahayu, M.P  
NIP: 196206071987031002**

**Dosen pembimbing II**



**Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM  
NIP: 197610112005012002**

**Ketua Program Studi Manajemen**



**Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM  
NIP: 197610112005012002**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG  
2020**

## ABSTRAK

**Ananda Galih Katresna (1600602) “Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Mobil Datsun Melalui Pengetahuan Produk Dan Citra Merek”, Survei Kepada Pengikut Akun Instagram autonetmagz, dibawah bimbingan Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP. dan Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM.**

Semakin berkembangnya industri otomotif membuat produsen semakin diharuskan untuk berinovasi untuk bertahan dalam persaingan. Datsun adalah satu dari sekian banyak perusahaan yang bersaing dalam industri otomotif di Indonesia. Namun, data penjualan Datsun pada kurun waktu 2015 – 2019 memperlihatkan penurunan volume penjualan pada produk mereka. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai minat beli konsumen pada produk mobil Datsun juga untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh dari pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli mobil Datsun. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif, dengan jumlah sampel 100 pengikut Instagram autonetmagz. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif dengan analisis korelasi berganda dan regresi berganda dan diolah menggunakan *software SPSS 26 statistic for windows*. Hasil output dari pengujian tersebut menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan dari pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli. Minat beli yang kurang diakibatkan citra merek yang kurang baik juga dimasyarakat yang membuat masyarakat juga enggan mencari informasi mengenai suatu produk dan mengakibatkan kurangnya pengetahuan produk konsumen.

**Kata Kunci : Pengetahuan Produk, Citra Merek, Minat Beli.**

## **ABSTRACT**

**Ananda Galih Katresna (1600602) "Analysis of Consumer Purchase Intention in Datsun Car Products Through Product Knowledge and Brand Image", Survey of autonetmagz Instagram Account Followers, under the guidance of Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP. and Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM.**

*The growing development of the automotive industry makes manufacturers increasingly required to innovate to survive in the competition. Datsun is one of the many companies competing in the automotive industry in Indonesia. However, Datsun sales data for the period of 2015 - 2019 showed a decrease in sales volume on their products. This study aims to find a picture of consumer purchase intention in Datsun car products and also to find out whether there is an influence of product knowledge and brand image on purchase intention of Datsun cars. The method used in this research is descriptive and verification, with a sample of 100 autonetmagz Instagram followers. The analysis technique used is descriptive and verification with multiple correlation analysis and multiple regression analysis and processed using SPSS 26 statistical software for windows. The output of the test shows that there is a significant influence of product knowledge and brand image on purchase intention. The lack of purchase intention caused by a bad brand image is also in the community which makes people also reluctant to find information about a product and results in a lack of consumer product knowledge.*

**Keywords: Product Knowledge, Brand Image, Purchase Intention.**

## KATA PENGANTAR

Puji syukur panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayahnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul “**Analisis Minat Beli Konsumen Terhadap Produk Mobil Datsun Melalui Pengetahuan Produk dan Citra Merek**” ini, disusun untuk memenuhi salah satu syarat penyelesaian pendidikan sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis (FPEB), Universitas Pendidikan Indonesia (UPI). Masalah yang dikaji dalam skripsi ini adalah turunnya volume penjualan pada perusahaan Datsun dikarenakan minat beli konsumen yang rendah. Adapun tujuannya yaitu untuk mengetahui pengaruh dari pengetahuan produk dan citra merek terhadap minat beli konsumen. Diharapkan hasil penelitian dalam skripsi ini bermanfaat untuk perusahaan dalam meningkatkan kinerja penjualannya, juga untuk calon peneliti sebagai referensi selanjutnya dalam melakukan penelitian.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kesalahan yang perlu diperbaiki dan masih jauh dari kata sempurna, baik dalam teknis penulisan maupun secara materi. Untuk itu saran serta kritik mengenai karya tulis ini akan sangat penulis terima dengan senang hati agar penyusunan skripsi selanjutnya penulis bisa memperbaiki serta menyempurnakannya lagi.

Penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah mendukung penulis dalam menyusun skripsi ini. Untuk itu penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan setinggi-tingginya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia
2. Bapak Prof. Dr. H. Agus Rahayu, MP., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia. Juga selaku dosen pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktu serta tenaganya juga berbagi ilmunya, memberikan motivasi, menginspirasi serta membimbing penulis dengan sabar dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., MM. Selaku Ketua Program Studi Manajemen juga selaku dosen pembimbing II penulis yang telah

membimbing dengan sabar, memberikan motivasi serta membagi ilmunya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu seluruh Staff Dosen Program Studi Manajemen dan Staf Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pendidikan Indonesia atas ilmu yang diberikan selama ini pada penulis.
5. Seluruh Dosen pemasaran yaitu Bu Heny, Bu Vanessa dan bu Ayu yang selalu memberikan ilmu pemasaran yang berguna bagi saya.
6. Seluruh Staff Administrasi Akademik Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis yang telah banyak membantu serta memberikan informasi mengenai perkuliahan.
7. Dua manusia terhebat bagi penulis yang menjadi motivasi paling besar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Ibunda tercinta, Ida Farida yang selalu menjadi wanita kuat yang menginspirasi. Ayahanda terkasih, Anang Rukanda yang selalu menjadi pria paling bijaksana dalam hidup penulis. Terimakasih atas segala cinta dan kasih, pengorbanan baik itu jiwa, raga dan harta, do'a serta air mata juga segala nilai-nilai kehidupan yang telah diberikan pada penulis.
8. Wanita hebat yang selalu mendukung penulis dalam segala hal, selalu mendampingi dalam segala situasi, memberikan motivasi juga menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih Adelia Rhein wanita yang dipertemukan di KKN dan sekarang menjelma menjadi pendamping hidup juga menjadi wanita hebat yang selalu bersabar menghadapi segala keluh kesah penulis.
9. Zestien, Manajemen UPI Angkatan 2016 yang telah banyak memberikan pelajaran, kenangan serta pengalaman berharga selama penulis menempuh perkuliahan di Universitas Pendidikan Indonesia. Mungkin penulis bukan teman dekat kalian, tapi kalian berjasa di hidup penulis.
10. Rekan kerja di Ruang Mimpi Coffee, Daffa, Rahmi, Evyna yang telah bekerja sama serta berbagi cerita. Radian Ariel, Gugun Agus juga Bang Reza yang telah banyak berbagi ilmunya pada penulis.
11. Teman-teman KKN Kecamatan Ujungberung yang telah bekerja sama juga mempercayakan penulis menjadi Koordinator Kecamatan pengganti.

Terutama untuk sahabat KKN Kelurahan Cigending yang mempercayakan penulis sebagai ketua kelompoknya.

12. Rekan-rekan Ikatan Mahasiswa Management (IMAGE) terutama Inti Direksi IMAGE KARSA juga Departemen Olahraga dan Seni yang telah banyak bekerja bersama, berbagi ilmu, berbagi cerita juga menghasilkan karya.
13. Serta semua pihak yang telah turut membantu baik do'a dan lainnya dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis berharap skripsi ini dapat memiliki kebermanfaatan bagi penulis sendiri maupun untuk orang lain yang membacanya. Terimakasih.

Bandung, 02 Juli 2020



Penulis

Ananda Galih Katresna

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	viii
DAFTAR TABEL .....	ix
BAB I PENDAHULUAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.2 Rumusan masalah .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.3 Tujuan Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
1.4 Manfaat Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1 Landasan Teori .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.1. Manajemen Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.2. Perilaku Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.3. Pengetahuan Produk ( <i>Product Knowledge</i> ) ...	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.4. Bauran Pemasaran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.5. Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.6. Merek ( <i>Brand</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.7. Citra Merek ( <i>Brand Image</i> ).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.8. Minat Beli Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.9. Pengetahuan Produk Terhadap Minat Beli Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.10. Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen ..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.1.11. Penelitian Terdahulu .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.2 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
2.3 Hipotesis Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB III METODE PENELITIAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1 Objek Penelitian dan Subjek Penelitian..	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.2 Metode Penelitian dan Desain Penelitian	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



3.1.1.	Metode Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.1.2.	Desain Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.3	Operasionalisasi Variabel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4	Jenis, Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.1.	Jenis dan Sumber Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling .	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.1.	Populasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.2.	Sampel.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.5.3.	Teknik Sampling .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6	Uji Instrumen Penelitian .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.1.	Uji Validitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.6.2.	Uji Reliabilitas.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7	Analisis Data .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.1.	Analisis Data Deskriptif.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.2.	Analisis Data Verivikatif .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.3.	Analisis Regresi Linier Berganda....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.7.4.	Analisis Korelasi Berganda.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8	Uji Hipotesis.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.1	Pengujian hipotesis statistik secara simultan (Uji F).....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.2	Pengujian hipotesis statistik secara parsial (Uji t)	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
3.8.3	Analisis Koefisien Determinasi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.	Hasil Penelitian.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.1	Program Pemasaran Datsun Indonesia .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.2	Deksripsi Umum Responden.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.3	Deskripsi Pengetahuan Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.4	Deskripsi Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.5	Deskripsi Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

4.1.6 Analisis Pengaruh Pengetahuan Produk dan Citra Merek Terhadap Minat Beli.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
4.1.7 Pembahasan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.1 Kesimpulan.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
5.2 Saran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
DAFTAR PUSTAKA.....	89
LAMPIRAN .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Model of Consumer Behavior .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 2 Tahapan pengambilan keputusan konsumen.....	1
Gambar 2. 3 Lima Tingkatan Produk .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 4 Costumer-Based Brand Equity Model.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 2. 5 Kerangka Pemikiran .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 3. 1 Desain Riset.....	1
Gambar 4. 1 Logo Datsun .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 2 Hasil Kontinum Pengetahuan Produk.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 3 Hasil Kontinum Citra Merek.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 4 Hasil Kontinum Minat Beli .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 5 Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Gambar 4. 6 Uji Heterokedastisitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR TABEL

- Tabel 1. 1 Jumlah kendaraan bermotor di Indonesia 2014 - 2018 ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 1. 2 Penjualan Datsun dalam lima tahun terakhir (dalam unit) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 2 Data yang digunakan pada penelitian... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 3 Skor Pendapat responden..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Variabel Pengetahuan Produk (X1)..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Variabel Citra Merek (X2)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 7 Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Pengetahuan Produk (X1) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Citra Merek (X2)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 10 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli (Y)**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 11 Bobot Nilai Skala Likert..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 12 Tabel Kontinum..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 3. 13 Interpretasi Koefisien Korelasi ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan dan Sumber Informasi yang Didapat Tentang Otomotif..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 3 Pengetahuan Produk Berdasarkan Objectives Knowledge ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 4 Pengetahuan Produk Berdasarkan Subjectives Knowledge ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 5 Rekapitulasi Hasil Penelitian Pengetahuan Produk**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 6 Citra merek Berdasarkan Brand Identity**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 7 Citra Merek Berdasarkan Brand Personality**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 8 Citra Merek Berdasarkan Brand association (Asosiasi Merek) .... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4. 9 Citra Merek Berdasarkan Brand Attitude and Behavior ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Citra Merek Berdasarkan Brand Benefit and Competence.....	<b>Error!</b>
<b>Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Hasil Penelitian Citra Merek	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 12 Minat Beli Berdasarkan Minat Transaksional	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 13 Minat Beli Berdasarkan Minat Referensial	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 14 Minat Beli Berdasarkan Minat Preferensial	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 15 Minat Beli Berdasarkan Minat Eksploratif	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 16 Rekapitulasi Hasil Penelitian Minat Beli	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 17 Tabel Uji Normalitas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 18 uji Multikolinieritas .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 19 Output Korelasi Parsial.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 20 Output Korelasi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 21 Interpretasi Koefisien Korelasi .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 22 Output Koefisien Regresi.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 23 Output Korelasi Berganda .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 24 Nilai Signifikansi Uji T .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4. 25 Anova Uji Simultan F.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>

## DAFTAR PUSTAKA

- AMILIA, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669. Retrieved from <https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Prektik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badan Pusat Statistik. 2018. *Data Kendaraan Bermotor*. [online]. Tersedia: [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) [Februari 2020]
- Buchari, Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Business*. BusinessDictionary.com. diakses pada 09 Desember 2019, dari situs BusinessDictionary : <http://www.businessdictionary.com/definition/business.html>
- Direktorat Jenderal Kekayaan Intelektual. UU Merek Nomor 15 Tahun 2001. [online] Tersedia: [www.dgip.go.id](http://www.dgip.go.id) [Februari 2020]
- Engel, Blackwell, Miniard. (2012). *Perilaku Konsumen*. Tangerang: Binarupa Aksara
- Erida, E., & Rangkuti, A. S. (2017). THE EFFECT OF BRAND IMAGE, PRODUCT KNOWLEDGE AND PRODUCT QUALITY ON PURCHASE INTENTION OF NOTEBOOK WITH DISCOUNT PRICE AS MODERATING VARIABLE. *JOURNAL OF BUSINESS STUDIES AND MANAGEMENT REVIEW*, 1(1), 26-32. <https://doi.org/10.22437/jb.v1i1.3919>
- Ferdinand, Augusty. (2014). *Metode Penelitian Manajemen Edisi 5*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Gaikindo. *Data Penjualan*. [online]. Tersedia: [www.gaikindo.co.id](http://www.gaikindo.co.id) [Februari 2020]

- Hawkins, del I., Mothersbaugh, David L., and Best, Roger J. (2007). *Consumer Behavior*, 10th Edition. Australia: Mc Graw Hill
- Henry Simamora. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia Edisi 2*. Yogyakarta: STIE YKPN
- Hidayat , A (2017) *METODE PENELITIAN: Pengertian, Tujuan, Jenis*. Diakses dari :<https://www.statistikian.com/2017/02/metode-penelitian-metodologi-penelitian.html>
- Hossain T. (2007). Impact of Inflation on Economic Growth in Bangladesh. *Journal of the Institute of Bangladesh studies*, vol 30, 124-130
- Kotler, Bowen & Makens (2013) *Marketing for Hospitality and Tourism:Sixth edition*. Harlow, United Kingdom.Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. (2014). *Principle Of Marketing*, 15th edition. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15<sup>th</sup> Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler.P & Keller.K.L (2016) *Manajemen Pemasaran:Jilid 1 Edisi 13*.Jakarta. Erlangga.
- Kusnendi. (2008). *Model model persamaan Struktural*. Bandung : Alfabeta
- L Rambat, A Hamdani. (2006) *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi. Kedua*. Jakarta. Salemba Empat
- Lin, C. W., Lee, S. S., Lin, H. Y., Lim, M. S. Z. X., Cheng, M. S. Y. C., & Huang, S. C. (2019). *The relationships between the credibility of badminton brand spokespersons, brand image, and attitudes towards consumer purchase intention*.
- Liu, H. (2019). PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PRODUK SMARTPHONE XIAOMI (STUDI KASUS DI JAKARTA BARAT). *Business Management Journal*, 15(1).
- Lupiyoadi, Rambat, (2013): *Manajemen Pemasaran Jasa, Selemba Empat*. Jakarta

- Otomoto. Jumlah Kendaraan Bermotor di Dunia. [online]. Tersedia: [www.otomoto.id](http://www.otomoto.id) [Februari 2020]
- Paultan. Indonesia Peringkat Pertama Mobil Penumpang. [online]. Tersedia: [www.paultan.org](http://www.paultan.org) [Februari 2020]
- Sarwono, J. (2006). METODE PENELITIAN KUANTITATIF DAN KUALITATIF: Edisi Pertama. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu,
- Satria, D. A., & Sidharta, H. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen PORKBALL. *PERFORMA*, 2(3), 398-408.
- Sekaran, Uma. 2006. Metodologi Penelitian Untuk Bisnis Buku 1 Edisi 4. Jakarta: Salemba Empat
- Sinulingga,S.(2014).Metode Penelitian,EdisiKetiga.Medan:USU Press.
- Situmorang, Syafrizal, H. dan Lutfi, M.(2014). Analisa Data : Untuk Riset Manajemen dan Bisnis.EdisiKetiga.Medan:USU Press.
- Suarjana, I., & Suprapti, N. (2018). PENGARUH PERSEPSI HARGA, PENGETAHUAN PRODUK, DAN CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT BELI LAYANAN MULTI SERVIS MEREK INDIHOME. *E-Jurnal Manajemen*, 7(4), 1920 - 1949. doi:10.24843/EJMUNUD.2018.v07.i04.p08.
- Sugiyono.(2017). Metode Penelitian Bisnis.Bandung :Alfabeta.
- Widyastuti, S., & Said, M. (2017). *Consumer consideration in purchase decision of SPECS sports shoes product through brand image, product design and price perception*. *International Journal of Supply Chain Management*, 6(4), 199-207.
- Wikipedia. Datsun. [online]. Tersedia: [www.wikipedia.org](http://www.wikipedia.org) [Februari 2020]



