

**DAMPAK CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HAND SANITIZER “NUVO” DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Survei pada Konsumen *Hand Sanitizer* Nuvo di Toko xyz)

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Manajemen Pada Program Studi Manajemen



Disusun Oleh

Rivaldo Dwi Martyanto

1604241

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS PENDIDIKAN EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG
2021**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI
DAMPAK CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
HAND SANITIZER “NUVO”* DI MASA PANDEMI *COVID-19

Rivaldo Dwi Martyanto

1604241

Disetujui dan disahkan oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Vanessa Gaffar, SE.,Ak., MBA

NIP. 197403072002122005

Dosen Pembimbing II



Dr. Heny Hendrayati, S.IP.,M.M

NIP. 197610112005012002

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Heny Hendrayati, S.IP.,M.M

NIP. 197610112005012002

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

2021

Rivaldo Dwi Martyanto, 2021

DAMPAK CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER “NUVO”* DI MASA PANDEMI *COVID-19*

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRAK

Rivaldo Dwi Martyanto (1604241) “Dampak Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Hand sanitizer* Di Masa Pandemi *COVID-19*” dibawah bimbingan Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA., dan Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M.

COVID-19 virus mematikan yang mewabah di seluruh dunia termasuk Indonesia sejak maret 2020 dinyatakan sebagai pandemi oleh *World Health Organization* (WHO). Salah satu pencegahan yang dapat dilakukan adalah dengan selalu mencuci tangan menggunakan air dan sabun atau menggunakan cairan antiseptik (*hand sanitizer*). Produsen *hand sanitizer* berlomba memasarkan produk terbaiknya di pasaran selama pandemi *COVID-19*, persaingan antar merek *hand sanitizer* membuat produsen harus memiliki citra merek yang baik agar menjadi pilihan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi konsumen mengenai citra merek *hand sanitizer* Nuvo, mengetahui gambaran mengenai keputusan pembelian *hand sanitizer* Nuvo selama pandemi *COVID-19* dan mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian *hand sanitizer* Nuvo dengan responden nya adalah konsumen Toko xyz yang membeli produk *hand sanitizer* nuvo sebanyak 100 responden. Teknik sampling penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria pengunjung Toko xyz, melakukan pembelian *hand sanitizer* Nuvo dan melakukan pembelian *hand sanitizer* pada rentan waktu Januari 2021- Juni 2021. Teknik analisis yang digunakan adalah koefisien korelasi *pearson product moment* dan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan *software SPSS 22.0 for windows*. Indikator Jaminan dalam variabel independent merupakan indikator paling tinggi dan indikator Identifikasi sosial memiliki perolehan skor paling rendah. Sedangkan dalam variabel dependent, indikator pilihan produk merupakan indikator dengan perolehan skor paling tinggi dan indikator pilihan merek merupakan indikator dengan perolehan skor terendah dibandingkan dengan indikator lainnya. Hasil penelitian menunjukkan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, Keputusan pembelian, *Hand sanitizer*.

ABSTRACT

Rivaldo Dwi Martyanto (1604241) "Impact of Brand Image on Hand sanitizer Purchase Decisions During the COVID-19 Pandemic" under the guidance of Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA., and Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M.

The deadly COVID-19 virus that has been endemic throughout the world including Indonesia since March 2020 has been declared a pandemic by the World Health Organization (WHO). One of the preventions that can be done is to always wash your hands with soap and water or use an antiseptic liquid (hand sanitizer). Hand sanitizer manufacturers are competing to market their best products on the market during the COVID-19 pandemic, competition between hand sanitizer brands makes producers have to have a good brand image in order to become consumers' choice. This study aims to determine consumer perceptions of the Nuvo hand sanitizer brand image, to describe the Nuvo hand sanitizer purchase decision during the COVID-19 pandemic and to determine the effect of brand image on Nuvo hand sanitizer purchasing decisions with the respondents being xyz shop consumers who bought hand sanitizer products. nuvo as many as 100 respondents. The sampling technique used in this study was purposive sampling, with the criteria for visitors to the xyz store, purchasing Nuvo hand sanitizers and purchasing hand sanitizers in the January 2021-June 2021 period. The analysis technique used was the Pearson product moment correlation coefficient and simple linear regression analysis with using SPSS 22.0 software for windows. The guarantee indicator in the independent variable is the highest indicator and the social identification indicator has the lowest score. While in the dependent variable, the product choice indicator is the indicator with the highest score and the brand choice indicator is the indicator with the lowest score compared to other indicators. The results showed that brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: *Brand image, Purchase decision, Hand sanitizer*

KATA PENGANTAR

Segala puji hanya untuk Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi ini, sang maha pemilik cinta diatas segala kesempurnaan makhluk yang tak pernah butuh akan pujian. Tidak lupa juga shalawat serta salam kita semoga senantiasa tercurah limpahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Dengan mengucapkan syukur, penulisan skripsi ini berjudul **“DAMPAK CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *HAND SANITIZER* “NUVO” DI MASA PANDEMI *COVID-19*”** sebagai salah satu syarat meraih gelar sarjana ekonomi di Universitas Pendidikan Indonesia, dapat diselesaikan.

Rasa hormat dan ucapan terima kasih penulis ucapkan untuk berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini. Untuk itu penulis sampaikan juga ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA. selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. Dr. H. Eeng Ahman, MS. Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ekonomi dan Bisnis Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M. selaku Ketua Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Ibu Dr. Vanessa Gaffar, SE. Ak. MBA. selaku Dosen Pembimbing I.
5. Ibu Dr. Heny Hendrayati, S.IP., M.M. selaku Dosen Pembimbing II.
6. Bapak Budhi Pamungkas Gautama, SE., Msc. selaku Dosen wali.
7. Bapak Prof. Dr. H. Nanang Fattah, M. Pd. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
8. Bapak Prof. Dr. Suryana, M. Si. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
9. Bapak Dr. Chairul Furqon, S. Sos., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.

10. Ibu Dr. Maya Sati, SE., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
11. Ibu Dr. Ayu Khrisna Yuliatwati, S. Sos., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
12. Ibu Rofi Rofaida, SP., M. Si. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
13. Bapak Askolani, SE., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
14. Bapak Dr. H. Mokh. Adieb Sultan, ST., MT. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
15. Ibu Netti Siska Nurhayati, SE., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
16. Bapak Dr. Eka Surachman, ST., MT. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
17. Ibu Annisa Ciptagustia, SE., M. Si. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
18. Ibu Tia Yuliatwati, S. Pd., MM. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
19. Bapak Yoga Perdana, SE., M.S.M. Selaku Dosen Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
20. Bapak Rizka Desvian Purnama, S. Pd. Selaku Staff Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia.
Saya ucapkan Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada para Dosen dan Staff Pengajar Program studi Manajemen Universitas Pendidikan Indonesia yang telah mengajar, mengarahkan, dan membantu penulis selama perkuliahan.
21. Kedua orangtua tercinta yang senantiasa memberikan motivasi, semangat, dan mendo'akan serta memberi dorongan agar cepat menyelesaikan skripsi ini.
22. Nadia Ananda selaku sahabat dan pendamping yang senantiasa memberi motivasi, semangat dan mendo'akan selama menyusun skripsi ini.
23. Teman-teman seperjuangan Program Studi Manajemen 2016.

24. Seluruh pihak yang tak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekeliruan dan kekurangan di sebabkan keterbatasan ilmu maupun minimnya pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat dijadikan referensi bagi penulis, guna perbaikan di masa yang akan datang. Bagi para pihak yang telah membantu semoga amal dan kebaikannya mendapatkan balasan yang berlimpah dari Allah SWT.

Akhir kata, dengan segala kerendahan hati penulis mempersembahkan skripsi ini dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak.

Bandung, Agustus 2021
Penulis

Rivaldo Dwi Martyanto

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
ABSTRAK	i
<i>ABSTRACT</i>	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS ...	9
2.1 Kajian Pustaka.....	9
2.1.1 Manajemen Pemasaran.....	9
2.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.3 Merek.....	11
2.1.4 Citra Merek.....	13
2.1.5 Prilaku Konsumen.....	14
2.1.6 Keputusan Pembelian	16
2.1.7 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian <i>Hand sanitizer</i> “Nuvo” Pada Masa Pandemi <i>COVID-19</i>	17
2.2 Penelitian Terdahulu.....	18

2.3 Kerangka Pemikiran	21
2.3 Paradigma Penelitian	23
2.4 Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Objek Penelitian	24
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	24
3.2.1 Metode penelitian	24
3.2.2 Desain Penelitian	25
3.3 Operasionalisasi Variabel	25
3.4 Jenis, Sumber, dan Teknik Pengambilan Data.....	26
3.4.1 Jenis dan Sumber Data.....	26
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data	26
3.5 Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling	27
3.5.1 Populasi	27
3.5.2 Sampel.....	28
3.5.3 Teknik Pengumpulan Sampling.....	28
3.6 Uji Instrumen Penelitian	29
3.6.1 Uji Validitas.....	29
3.6.2 Uji Reliabilitas	33
3.7 Rancangan Analisis Data.....	35
3.7.1 Analisis Deskriptif	35
3.7.2 Analisis Verifikatif.....	37
3.8 Uji Asumsi Normalitas	37
3.9 Analisis Regresi Sederhana	37
3.8.1 Koefisien determinasi (R^2)	38

3.10 Rancangan Uji Hipotesis	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	40
4.1 Hasil Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Umum dan Program Pemasaran Nuvo	40
4.1.2 Deskripsi Umum Responden	43
4.1.3 Deskripsi Citra Merek	47
4.1.4 Deskripsi Keputusan Pembelian	56
4.1.5 Hasil Pengujian Statistika	64
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Pembahasan Citra Merek.....	71
4.2.2 Pembahasan Keputusan Pembelian.....	72
4.2.3 Pembahasan Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	75
5.1 Kesimpulan	75
5.2 Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	80

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Laporan Penjualan Hand sanitizer Toko xyz.....	5
Tabel 1.2 Top Brand Award Indonesia Cairan Antiseptik Pembersih Tangan	6
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.2 Jumlah Pembeli	27
Tabel 3.3 Interpretasi Nilai r	30
Tabel 3. 4 Kriteria Bobot Nilai Alternatif.....	35
Tabel 3.5 Rekapitulasi Pengolahan Data	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	43
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Rentan Usia	44
Tabel 4. 4 Pengalaman Responden Berdasarkan Waktu Menggunakan Hand Sanitizer Nuvo	45
Tabel 4.5 Pengalaman Responden Berdasarkan Alasan Memilih Menggunakan Produk Hand Sanitizer Nuvo.....	45
Tabel 4.6 Pengalaman Responden Berdasarkan Kepemilikan Hand Sanitizer Selain Merek Nuvo	46
Tabel 4.7 Pengalaman Responden Berdasarkan Jumlah Pembelian Ulang Hand Sanitizer Nuvo	47
Tabel 4. 8 Citra Merek berdasarkan Jaminan (Assurance)	48
Tabel 4. 9 Citra Merek berdasarkan Identifikasi pribadi (Personal identification)	50
Tabel 4. 10 Citra Merek berdasarkan Identifikasi sosial (Social identification)..	51
Tabel 4. 11 Citra Merek berdasarkan Status	53
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Citra Merek (X).....	54
Tabel 4. 13 Batas Kriteria Variabel Citra Merek	55
Tabel 4. 14 Keputusan Pembelian berdasarkan Pilihan Produk.....	57
Tabel 4. 15 Keputusan Pembelian berdasarkan Pilihan Merek.....	58
Tabel 4. 16 Keputusan Pembelian berdasarkan Pilihan Penyalur	59
Tabel 4. 17 Keputusan Pembelian berdasarkan Waktu Pembelian	59

Tabel 4. 18 Keputusan Pembelian berdasarkan Jumlah Pembelian	60
Tabel 4. 19 Keputusan Pembelian berdasarkan Metode Pembayaran.....	61
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Hasil Penelitian Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	62
Tabel 4. 21 Batas Kriteria Variabel Keputusan Pembelian	63
Tabel 4. 22 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	66
Tabel 4. 23 Hasil Uji Korelasi.....	67
Tabel 4. 24 Interpretasi Koefisien Korelasi	67
Tabel 4. 25 Analisis Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian	68
Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Regresi Linier Sederhana.....	69
Tabel 4. 27 Hasil Uji T	70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Situasi COVID-19 di Indonesia 30 April 2021	2
Gambar 1.2 Barang yang Dibawa Selama Pandemi	3
Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	22
Gambar 2. 3 Paradigma Penelitian	23
Gambar 3. 1 Garis Kontinum	37
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan (Unilever)	40
Gambar 4. 2 Logo Hand Sanitizer Nuvo	41
Gambar 4. 3 Tagline Nuvo Handsanitizer Spray	42
Gambar 4. 4 Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Citra Merek	56
Gambar 4. 5 Garis Kontinum Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian	63
Gambar 4. 6 Uji Normalitas P-Plot	65

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I KUESIONER PENELITIAN	81
LAMPIRAN II INFORMASI LOKASI PENELITIAN	87
LAMPIRAN III TRANSKIP WAWANCARA	91
LAMPIRAN IV DATA INTERVAL	112
LAMPIRAN V OUTPUT SPSS UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS.....	115
LAMPIRAN VI FORM BIMBINGAN SKRIPSI.....	116
LAMPIRAN VII RIWAYAT HIDUP	119

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Nur.(2019).*Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)*. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis.Vol.6(2):96-104
- Armstrong, Kotler. (2015), *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*, England : Pearson
- Covid19.who.int. 2020. WHO Coronavirus Disease (COVID-19) Dashboard. Melalui <https://covid19.who.int/> [12/07/2020]
- Cnbc Indonesia.com. 2020. Hand Sanitizer Diburu Gegara Corona di RI, Harga pun Melejit. Melalui <https://www.cnbcindonesia.com/news/20200312125654-4-144343/hand-sanitizer-diburu-gegara-corona-di-ri-harga-pun-melejit> [07/05/2020]
- Djarmiko, Tjahjono., dan Rezza, P.(2015). *Brand Image and Product Price; Its Impact for Samsung Smartphone Purchasing Decision*. Journal social and behavioral sciences. Vol 219:221-227
- Fure, Ferdyanto., Joyce L., dan Rita, T. (2015).*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado*. Jurnal EMBA.Vol.3(1):367-377
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Revisi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hajar, Bnu Nusrai., Hastuti, M.A., Sinarwaty, N.R., *et.al.*(2018).*Effect of Brand Image and Price Perception on Purchase Decision*. Journal Of Business And Management.Vol.20(8):76-81
- Harwani, Yuli., dan Shindy, R.P.(2017). *Effect of Brand Image and Perceived Price Towards Purchase Decision in Kentucky Fried Chicken (KFC)*. Journal Of Marketing And Consumer Research.Vol 36

- Iprice.co.id. 2020. Tren Minat Belanja Online selama Musim COVID-19 di Indonesia. Melalui <https://iprice.co.id/trend/insights/tren-belanja-online-orang-indonesia-saat-musim-corona/> [13/07/2020]
- Istiyanto, Budi., dan Lailatan, N.(2016).*Analisis Pengaruh Brand Image, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil (Studi Kasus Mobil LCGC di Surakarta)*. Jurnal EKSIS. Vol.12(1)
- Kompas.com. 2020. Capai 1 Juta Kasus, Bagaimana Virus Corona Menyebar ke Seluruh Dunia. Melalui <https://www.kompas.com/tren/read/2020/04/04/090100665/capai-1-juta-kasus-bagaimana-virus-corona-menyebarkan-ke-seluruh-dunia-> [12/07/2020]
- Kompas.com. 2020. WHO Resmi Sebut Virus Corona COVID-19 sebagai Pandemi Global. Melalui <https://www.kompas.com/sains/read/2020/03/12/083129823/who-resmi-sebut-virus-corona-COVID-19-sebagai-pandemi-global.>[12/07/2020]
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed). United States: Pearson
- Machmud, Amir., dan Asnul Dahar, B.M.(2020).*The Price Dynamics of Hand Sanitizers for COVID-19 in Indonesia: Exponential and Cobweb Forms*. Indonesian Journal Of Science & Technology. Vol.5(2):176-184
- Merdeka.com. 2020. Cerita Lengkap Asal Mula Munculnya Virus Corona di Indonesia. Melalui <https://www.merdeka.com/trending/cerita-lengkap-asal-mula-munculnya-virus-corona-di-indonesia.html> .[13/07/2020]
- Michaelidou, N. and Lm. Hassan. (2008) *The Role of Health Consciousness, Food Safety Concern and Ethical Identity on Attitudes and Intentions towards Organic Food*. *Internasional Journal of Consumer Studies*. 32: 163-170
- M, Marisa, O., dan Janny, R.(2019).*Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End*

- Make Up and Skin Care Pada Generasi Millennial Jakarta*. Jurnal Bina Manajemen.Vol.7(2)
- Rahmawaty,Penny.(2014).*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sari Roti*. Jurnal Ilmu Manajemen.Vol.11(2)
- Sari, Devi Puspita., dan Audita, N.(2018).*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta)*. Jurnal Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Vol 3(2):73-83
- Sugiyono.(2017).*Metode Penelitian Kebijakan (Pendekatan Kuantitatif,Kualitatif, Kombinasi, R&D dan Penelitian Evaluasi*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2014) *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan penelitian*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umbola, Fitriana., Priska L., dan Michel, P.(2019). *The Influence of Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions*. Jurnal Entrepreneur dan Entrepreneurship.Vol 8(2): 51-56
- Venessa, Ike., dan Zainul, Arifin.(2017).*Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.(Survei pada Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang Tahun Angkatan 2013/2014 dan 2014/2015 Pengguna Kartu Pra-Bayar Simpati)*. Jurnal Administrasi Bisnis.Vol.51(1)
- Zeithaml. Bitner & Gemler. (2013). *Service Marketing – Intergating Customer Focus The Firm*. Sixth Edition. New York. McGrawHill