

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI SAUNG PANYAWAH**

(Studi Kasus Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)



Disusun Oleh:

Muhammad Fathan Laksana

1801671

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN INDUSTRI KATERING
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2022

LEMBAR PENGESAHAN
MUHAAMMAD FATHAN LAKSANA
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI
SAUNG PANYAWAH
(Studi Kasus Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur)
disetujui dan disahkan oleh

Pembimbing I



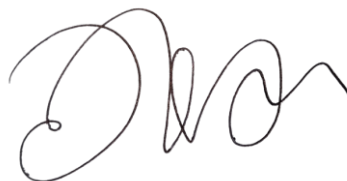
Christian H Rumayar, S.Sos., MM.Par
NIP. 19691282002121001

Pembimbing II



Dias Pratami Putri, S.Pd., M.Si
NIP. 920200419910915201

Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Industri Katering



Dr. Dewi Turgarini, SS., MM.Par
NIP. 19700320.200812.2.001

LEMBAR HAK CIPTA

**Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Saung Panyawah
Mamah Kembang Cianjur**

Oleh

Muhammad Fathan Laksana

1801671

Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Pariwisata Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

©Muhammad Fathan Laksana

Universitas Pendidikan Indonesia

2022

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian dengan dicetak
ulang, difotokopi atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Fathan Laksana
NIM : 1801671
Jurusan : Manajemen Industri Katering
Fakultas : Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

Menyatakan dengan sepenuhnya bahwa skripsi dengan judul :

“Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Saung Panyawah (studi kasus Saung panyawah mamah kembang Cianjur)” merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiriserta seluruh ide, pendapat, atau materi dari sumber lain telah dikutip dengan cara penulisan referensi yang sesuai.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan demikian pernyataan ini saya buat

Bandung, November 2022

Pembuat Pernyataan

Muhammad Fathan Laksana

NIM. 1801671

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur selalu terpanjat kepada Allah SWT, karena atas izin dan berkat limpahan rahmat-Nya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian di Saung Panyawah (studi kasus Saung panyawah mamah kembang Cianjur)”.

Penulisan skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Pariwisata (S.Par) pada Program Studi Manajemen Industri Katering, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung. Penelitian ini membahas mengenai seberapa besar variabel citra merek dan daya saing mempengaruhi keputusan pembelian di Saung Panyawah Mamah Kembang.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan dalam penguasaan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran dan masukan serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga Allah SWT., melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta membalas semua kebaikan dari semua pihak yang telah membantu sekaligus terlibat dan membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Akhir kata, mudah-mudahan skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, para pembaca dan semua pihak yang terlibat khususnya dalam bidang Manajemen Industri Katering.

Bandung, 12 November 2022

Muhammad Fathan Laksana

NIM. 1801671

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari berbagai pihak yang selalu menyertai dan membantu penulis. Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat dan telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini, baik berupa dukungan moril maupun materil kepada:

- 1) Allah SWT. dengan segala rahmat yang selalu diberikan untuk kekuatan dan keikhlasan untuk penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
- 2) Nabi Muhammad SAW shalawat dan salam terlimpahkan kepada beliau
- 3) Prof. Dr. M. Solehudin M.Pd., selaku rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
- 4) Dr. Dewi Turgarini, S.S, MM.Par selaku ketua prodi Manajemen Industri Katering .
- 5) Christian H Rumayar, S.Sos., MM.Par, selaku dosen pembimbing I yang selalu memberikan bimbingan kepada penulis dengan baik, selalu memberi masukan dan saran dengan sabar agar selalu semangat menuntaskan pengerjaan skripsi dari awal hingga selesai dikerjakan.
- 6) Dias Pratami Putri S.Pd, M.Si, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dengan baik, memberi saran dan masukan untuk mengarahkan supaya skripsi penulis bisa sesuai dan dapat terselesaikan dengan tepat waktu,
- 7) Kepada seluruh staf dosen Manajemen Industri Katering, yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang begitu berharga serta berarti kepada penulis selama masa studi,
- 8) Orang tua penulis, Mumu Muhidin Abdurahman, Elly Halimah. Terimakasih atas dukungannya, atas doanya tanpa hentinya mendidik, memberi nasihat serta dukungan material. Kerja keras untuk pengorbanan penulis dengan penuh sabar dan ikhlas semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan papah dan mamah.

- 9) Febiola selaku pemilik dari Saung Panyawah Mamah Kembang yang telah memberikan izin serta dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
- 10) Para responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membantu penulis dalam melengkapi data yang dibutuhkan,
- 11) Kakak dari penulis, Faika beserta keluarga dan Faina beserta keluarga, dan keponakan yang selalu memberikan semangat serta dukungan kepada penulis,
- 12) Kepada Jaka, Nabil, alm Satrio, Dohan, alm Ogi, Yubel, Aung, Naufal, Hendri, Tama, Refi Cici, sebagai teman seperjuangan yang telah menemani penulis pada masa sulit maupun senang serta memberikan kesan canda tawa serta kesan yang luar biasa,
- 13) Seluruh teman-teman MIK terima kasih sudah saling berjuang bersama menghadapi pahit manisnya kehidupan masa perkuliahan, semoga kalian semua sukses selalu,
- 14) Nangkos't terimakasih kepada bapak Nanang sebagai pemilik kost, kepada para penghuni Nangkos't (Nugraha, Abi, Ammar, Ateng, Alfi, Wachid serta pasukan FPOK)
- 15) Novani Cahya Nurrohmah yang telah menemani hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, terimakasih atas waktu yang diberikan, segala perhatian, doa dan dukungan serta selalu mengingatkan penulis untuk dapat segera menyelesaikan skripsi ini.

ABSTRAK
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
DI SAUNG PANYAWAH
(Studi Kasus Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur)

Muhammad Fathan Laksana

1801671

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian di Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur. Semakin banyaknya pesaing yang muncul dapat membangkitkan semangat para pelaku bisnis untuk lebih meningkatkan mereknya. Variabel independen yaitu Citra merek dan variabel dependen keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif, dan analisis regresi linier sederhana. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan software SPSS 26. Model regresi $Y = 10,381 + 0,873 X$ sudah layak untuk digunakan. Melalui uji R Citra merek mempunyai hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Citra merek terhadap Keputusan pembelian adalah sebesar 51,2% dan sisanya adalah sebesar 48,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya yang tidak diteliti oleh penulis. Setiap kenaikan satu skala Citra merek akan menaikkan Keputusan pembelian sebesar 1,657. Secara parsial dilihat dari uji t, citra merek secara parsial memperoleh nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 9.811 > t_{tabel} 1.966$ artinya secara parsial ada pengaruh yang signifikan dan positif antara citra merek dengan keputusan pembelian di Saung Panyawah Mamah Kembang.

Kata Kunci: Citra merek dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The Effect of Brand Image on Purchasing Decisions in Saung Panyawah (A Case Study of Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur)

Muhammad Fathan Laksana

1801671

This study aims to determine how much influence brand image has on purchasing decisions at Saung Panyawah Mamah Kembang Cianjur. The increasing number of competitors that appear can arouse the enthusiasm of business people to further enhance their brand. The independent variables are brand image and the dependent variable is the purchase decision. The research method used is the quantitative method, with a sample of 100 respondents. The sampling technique used in this research is purposive sampling. The data analysis method used in this research is the descriptive analysis method and simple linear regression analysis. Data processing was carried out using SPSS 26 software. The regression model $Y = 10.381 + 0.873 X$ is feasible to use. Through the R test Brand image has a strong relationship with purchasing decisions. The effect of brand image on purchasing decisions is 51.2% and the remaining 48.2% is influenced by other factors not by the author. Every increase of one brand image scale will increase the purchase decision by 1.657. Partially seen from the t-test, brand image partially obtained a significance value of $0.000 < 0.05$ and $t \text{ count } 9,811 > t_{\text{table}} 1,966$ meaning that part there is a significant and positive influence between brand image and purchasing decisions at Saung Panyawah Mamah Kembang.

Keywords: *Brand Image and purchasing decisions,*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR HAK CIPTA	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Pustaka	7
2.1.1 Pariwisata.....	7
2.1.2 Wisata Kuliner	9
2.1.3 Manajemen pemasaran.....	9
2.1.4 Citra Merek	11
2.1.5 Keputusan pembelian.....	12
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Kerangka Pemikiran.....	19
2.4 Hipotesis	19
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Subjek dan Objek Penelitian.....	20
3.2 Metode Penelitian	20
3.3 Operasionalisasi Variabel	21
3.4 Populasi dan Sampel	23
3.4.1 Populasi.....	23
3.4.2 Sampel.....	24
3.5 Teknik Pengumpulan data.....	25

3.6 Jenis dan Sumber data.....	26
3.7 Uji Instrumen	27
3.7.1 Pengujian Validitas	28
3.7.2 Pengujian Reliabilitas	29
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.2 Gambaran Umum Responden	33
4.2.1 Karakteristik Responden	33
4.2.2 Pengalaman Responden	37
4.3 Analisis Data Deskriptif.....	40
4.3.1 Hasil Tanggapan Responden Variabel Citra Merek (X)	40
4.3.2 Hasil Tanggapan Responden Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	47
4.4 Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	61
4.4.1 Uji Normalitas.....	61
4.4.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	62
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	63
4.4.4 Uji Parsial (Uji t)	64
4.5 Pembahasan.....	65
BAB 5 SIMPULAN & SARAN.....	67
5.1 Simpulan	67
5.2 Saran	68
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	73

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Alasan anda ketika akan memutuskan memilih salah satu rumah makan di Cianjur?.....	3
Tabel 1. 2 Apakah anda mengetahui rumah makan Saung Panyawah Mamah Kembang?	4
Tabel 1. 3 Data Pendapatan Saung Panyawah Mamah Kembang Tiga Tahun Terakhir 2020-2022	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	22
Tabel 3. 2 Tahapan Dalam Penelitian	27
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	29
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Citra Merek	30
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia dan Jenis Kelamin	33
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan dan Pendapatan	35
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	36
Tabel 4. 5 Pengalaman Responden Mengenai Sumber Informasi Saung Panyawah Mamah Kembang.....	37
Tabel 4. 6 Pengalaman Responden Mengenai Pembelian Saung Panyawah Mamah Kembang dalam 1 Tahun	37
Tabel 4. 7 Pengalaman Responden Mengenai Produk yang Sering dibeli di Saung Panyawah Mamah Kembang	38
Tabel 4. 8 Pengalaman Responden Mengenai Tujuan Membeli di Saung Panyawah Mamah Kembang.....	39
Tabel 4. 9 Pengalaman Responden Mengenai Kesan setelah Membeli di Saung Panyawah Mamah Kembang.....	39
Tabel 4. 10 Pengalaman Responden Mengenai Berkunjung Kembali Saung Panyawah Mamah Kembang.....	40
Tabel 4. 11 Hasil Tanggapan Responden Terkait Keunggulan Asosiasi Merek.....	40
Tabel 4. 12 Hasil Tanggapan Responden Terkait Kekuatan Asosiasi Merek	42
Tabel 4. 13 Hasil Tanggapan Responden Terkait Keunikan Asosiasi Merek.....	44
Tabel 4. 14 Hasil Tanggapan Responden Terkait Citra Merek (X)	45
Tabel 4. 15 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Produk	47

Tabel 4. 16 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Merek	49
Tabel 4. 17 Hasil Tanggapan Responden Terkait Pemilihan Penyalur.....	50
Tabel 4. 18 Hasil Tanggapan Responden Terkait Waktu Pembelian.....	52
Tabel 4. 19 Hasil Tanggapan Responden Terkait Jumlah Pembelian.....	54
Tabel 4. 20 Hasil Tanggapan Responden Terkait Metode Pembayaran	55
Tabel 4. 21 Hasil Tanggapan Responden Terkait Variabel Keputusan Pembelian (Y)	57
Tabel 4. 22 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov	62
Tabel 4. 23 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	62
Tabel 4. 24 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63
Tabel 4. 25 Hasil Uji Parsial	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Proses Keputusan Pembelian Konsumen	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 4. 1 Logo Saung Panyawah Mamah Kembang	32

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Rumah. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, e-ISSN : 2461-0593.
- Arikunto, & Suharsimi. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan dan Pengembangan*. Jakarta: Kencana.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Besra, E. (2012). Potensi Wisata Kuliner Dalam Mendukung Pariwisata Di Kota Padang. *Jurnal Riset Akuntansi dan Bisnis*, 12(1), 74–101.
- Budiastuti, & Bandur. (2018). *Validitas dan Reliabilitas Penelitian*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Chalil, R. dalawy, Sari, D. puspita, Ulya, Z., & Hamid, A. (2020). *BRAND, ISLAMIC BRANDING, & RE-BRANDING "Peran Strategi Merek dalam Menciptakan Daya Saing Industri dan Bisnis Global*. Depok: PT RAJAGRAFINDO PERSADA. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/BRAND_ISLAMIC_BRANDING_RE_BRANDING_Rajaw/wv4ZEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=citra+merek&pg=PA87&printsec=frontcover
- Dicky Darmajaya, I. B., & Sukawati, T. G. R. (2018). Peran Citra Merek Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(12), 6931. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2018.v07.i12.p01>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Surabaya: Qiara Media.
- Halim, F., Kurniullah, A. Z., Butarbutar, M., Efendi, Sudarso, A., Purba, B., ... Novela, V. (2021). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Medan: Yayasan Kita Menulis. Diambil dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=m2gYEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA95&dq=manajemen+pemasaran&ots=GUWoHao5j7&sig=HeNT5PQ32UiFm5c9xnhvMTZWCoc&redir_esc=y#v=onepage&q=manajemen

pemasaran&f=false

Hery. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Grasindo. Diambil dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=wi8oEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=kuliner&ots=QZnYcDjKfR&sig=9-J1LaUVZ3BHcoM6DYGntN2s5wc&redir_esc=y#v=onepage&q=kuliner&f=false

Hidayat, aziz halimul. (2021). *MENYUSUN INSTRUMEN PENELITIAN&UJI VALIDITAS RELIABILITAS*. Surabaya: Healt Books Publishing. Diambil dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=0dAeEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA8&dq=menyusun+instrumen+penelitian+uji+validitas+reliabilitas&ots=4AzJ6l9Gvc&sig=vRKptWJP6jWSUEPgi_wwAwIcPrk&redir_esc=y#v=onepage&q=menyusun+instrumen+penelitian+uji+validitas+reliabi

Istiqomah, L. (2019). Pengaruh Citra Merek, Suasana Toko, Variasi Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Resto X. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Jaya, I. made L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta: Anak Hebat Indonesia. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Metode_Penelitian_Kuantitatif_dan_Kualit/yz8KEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=kuantitatif&printsec=frontcover

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen 15th edition*. Harlow: Pearson Education, Inc.

Marlius, D. (2017). KEPUTUSAN PEMBELIAN BERDASARKAN FAKTOR PSIKOLOGIS DAN BAURAN PEMASARAN PT. INTERCOM MOBILINDO PADANG, 01(01), 111.

Mayasari, I., & Pasaribu, A. S. (2021). Di Kota Pontianak Kalimantan Barat. *Jurnal Pendidikan dan Perhotelan*, 1, 1–15.

Mukhtazar. (2020). *PROSEDUR PENELITIAN PENDIDIKAN*. Yogyakarta: Absolute MEdia. Diambil dari https://www.google.co.id/books/edition/Prosedur_Penelitian_Pendidikan/iH

HwDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=operasional+variabel&pg=PA54&printsec=frontcover

- Nurrahmah, A., Rismaningsih, F., Hernaeny, U., Pratiwi, L., Wahyudin, Rukyati, A., ... Setiawan, J. (2021). *PENGANTAR STATISTIKA 1*. Bandung: Media Sains Indonesia. Diambil dari [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=populasi+dan+sampel&ots=N_Vecqt8Ei&sig=bNGe7tG7hRCsPCUOh06o_ZmbofI&redir_esc=y#v=onepage&q=populasi dan sampel&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Vm1XEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA33&dq=populasi+dan+sampel&ots=N_Vecqt8Ei&sig=bNGe7tG7hRCsPCUOh06o_ZmbofI&redir_esc=y#v=onepage&q=populasi+dan+sampel&f=false)
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Sukarno Pressindo.
- Revida, E., Gasperz, S., Uktolseja, L. J., Nasrullah, Y, S. W., Nurmiati, ... Purba, R. A. (2020). *Pengantar Pariwisata*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Diambil dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=EfYIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=pariwisata&ots=vd5c-hFRr4&sig=_KgSlazGWEYzsyFB-rL5Zw0ucDI&redir_esc=y#v=onepage&q=pariwisata&f=false
- Rohmah, S. (2015). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PERHIASAN. *Jurnal Agrimas*, 1(1), 29–38.
- Sari, F. P., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Harga Citra Merek dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 5(6), 1–15.
- Sholihin, M., & Anggraini, P. G. (2021). *Analisis Data Penelitian- Menggunakan Software STATA*. Yogyakarta: Andi.
- Simanjuntak, B. A. (2017). *SEJARAH PARIWISATA Menuju Perkembangan Pariwisata Indonesia*. Jakarta: Yayasan Pustaka Obor Indonesia. Diambil dari https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=EfYIDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=pariwisata&ots=vd5c-hFRr4&sig=_KgSlazGWEYzsyFB-rL5Zw0ucDI&redir_esc=y#v=onepage&q=pariwisata&f=false
- Sudirman, A., Halim, F., & Pinem, R. J. (2020). Kepercayaan Sebagai Pemediasi

- Dampak Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Gojek.
Jurnal Pemasaran Kompetitif, 3(3), 66.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4822>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: Alfabeta.
- Silvia, A. (2018) PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Produk Kosmetik Make Over di Universitas Brawijaya) *Jurnal brawijaya*, 1(1), 14–37.
- Supriyono, R. A. (2018). *Akutansi Keperilakuan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press. Diambil dari
https://www.google.co.id/books/edition/Akutansi_Keperilakuan/t8RiDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=sumber+data+sekunder&pg=PA48&printsec=frontcover
- Tersiana, A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Start Up. Diambil dari
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=rmL2DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA42&dq=%22andra+tersiana%22&ots=FuJp9tpJkP&sig=i-wic0eoJ-xf7AITJlZyS12Lh98&redir_esc=y#v=onepage&q=%22andra+tersiana%22&f=false