

**PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP *HANDPHONE***

**OPPO DAN XIAOMI DI SEBERANG ULU II**

**KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**



**NAMA : M. ANDREAN FAHLEVI**

**NIM : 212016170**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2020**

**PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP *HANDPHONE*  
OPPO DAN XIAOMI DI SEBERANG ULU II  
KOTA PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan untuk Menyusun Skripsi Pada  
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Palembang**



**NAMA : M. ANDREAN FAHLEVI  
NIM : 212016170**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2020**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang betanda tangan dibawah ini:

Nama : M Andrian Fahlevi

NIM : 212016170

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Penelitian : Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Handphone  
Oppo Dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang.

Dengan ini saya menyatakan;

1. Karya tulis ini adalah asli dan nelumpemnah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammaduyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudikan hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, Agustus 2020



M Andrian Fahlevi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : PERBEDAAN KEPUASAN KONSUMEN  
TERHADAP HANDPHONE OPPO DAN XIAOMI  
DI SEBERANG ULU II KOTA PAELMBANG  
Nama : M ANDREAN FAHLEVI  
NIM : 212016170  
Fakultas : EKONOMI DAN BISNIS  
Mata Kuliah Pokok : : PEMASARAN

Diterima dan Disahkan  
Pada tanggal .....

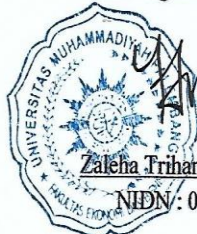
Pembimbing I

Hj. Zuhriyah, S.E.,M.Si  
NIDN : 0018105606

Pembimbing II

Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si  
NIDN: 0221036902

Mengetahui,  
Dekan  
Ketua Program Studi Manajemen



Zaleha Trihandayani, SE.,M.Si  
NIDN: 0229057501

**MOTTO :**

**“Jadilah seperti karang dilautan yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanya sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan dimanapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon.”**

**“Sahabat sejati adalah mereka yang mengerti masa lalu kamu, percaya dengan masa depanmu, selalu memaafkan kesalahanmu dan mereka yang menerima kamu apa adanya”**

**“ Berani sukses berarti berani untuk menjalani proses “  
Sumber ; Mario Teguh**

**Terucap syukur kepadamu  
Ya Allah.....**

**Skripsi kupersembahkan kepada**

- **Ayahanda ( Fatwani syaiful )dan Ibunda tercinta ( Erny Johan )**
- **Saudara perempuan ku, Kakakku ( Deasy Permata Sari ) Adikku ( Indi Revaliani )**
- **Almamaterku**

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

**Assalamu'alaikum. Wr. Wb.**

Alhamdulillah dengan memanjatkan puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT, atas nikmat kesehatan, rahmat dan karunianya telah memberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan penelitian ini.

Pada penelitian ini, penulis melakukan penelitian tentang Perbedaan kepuasan konsumen terhadap handphone oppo dan xiaomi di seberang ulu II kota Palembang terdapat 5 indikator dengan 100 sampel. Pada tehnik analisis penulis menggunakan tehnik uji kai kuadrat ( $x^2$ ) dengan bantuan program SPSS versi.16.0.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada Ayahanda Fatwani Syaiful dan Ibunda Erny Johan tercinta. Mereka adalah orang yang telah banyak berjasa dan menyayangi penulis dengan tulus. “ *Wahai Tuhanku, kasihilah keduanya, sebagaimana mereka mengasihi aku sejak kecil*”. Kakakku Deasy Permata Sari serta adikku Indi Revaliani

Dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kelemahan yang terdapat didalamnya baik isi ataupun penyajian, hal ini disebabkan karena keterbatasan kemampuan serta informasi yang didapatkan penulis.

Keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tentu tidak terlepas dari bantuan semua pihak, oleh karena itu pada kesempatan ini dengan tulus hati penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak DR. Abid Djazuli, S.E., MM., Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Bapak Fauzi Ridwan, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj. Maftuhah Nurrahmi, SE., M.Si. Ketua Jurusan Manajemen dan Ibu Diah Isnaini, SE., M.Si Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Hj.Zuhriyah,S.E,M.Si dan Bapak Yuda Mahrom DS, S.E.,M.Si selaku Pembimbing penelitian yang telah mengajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat di selesaikan dengan baik.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
6. Seluruh pihak saya ucapkan terima kasih yang telah memberikan izin penulis melakukan penelitian di seberang ulu II Kota Palembang.
7. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan do'a serta dukungannya kepada penulis selama menempuh pendidikan.
8. Wahida Apriyani,dan Rudy Terima kasih ilmu skripsinya mentor terbaik.
9. Teman seperjuangan Andra Sagita, Denny Iswanda, Enggal, Okta Fathur Rahman, Rudy Rahman Wijaya, Ridho Bram Wijaya, Surya Hadi Nugroho, Wahyu Kurniawan dan seluruh teman Almamaterku terima kasih buat bantuan dan dukungannya.

10. Wahidaapr Kekasih dan Support terbaikku. Terima kasih untuk semuanya.

11. Sahabat tercinta Angga Pranata, Buchory Siddiq, Dhimas Andre, Dhimas Andri. Terima kasih untuk semuanya.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

**Wassalamu'alaikum Wr. Wb.**

**Palembang, Agustus 2020**

**Penulis**

**(M Andrian Fahlevi)**



## DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul .....	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi .....	iv
Halaman Persembahan Dan Motto.....	v
Halaman Prakata .....	vi
Halaman Daftar Isi .....	viii
Halaman Daftar Tabel.....	x
Halaman Daftar Lampiran.....	xi
Halaman Abstrak.....	xii
Halaman Abstrack.....	xiii

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS**

A. Landasan Teori .....	8
B. Penelitian Sebelumnya .....	16
C. Kerangka Pemikiran .....	19
D. Hipotesis.....	19

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian .....	20
B. Lokasi Penelitian .....	21
C. Operasionalisasi Variabel .....	21
D. Populasi dan Sampel .....	22
E. Data yang Diperlukan .....	24
F. Metode Pengumpulan Data.....	25
G. Analisis Data dan Teknik Analisis .....	26

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Penelitian.....	32
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	33

### **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

A. Kesimpulan.....	53
B. Saran .....	54

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Table I.1 Riset Pendahuluan .....	6
Table III.1 Operasionalisasi Variabel .....	21
Table IV.1 Hasil Uji Validitas .....	34
Table IV.2 Hasil Uji Realibilitas.....	35
Table IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Alamat .....	36
Table IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	37
Table IV.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk .....	37
Table IV.6 Handphone Oppo dan Xiaomi Pada Baterai Berkapasitas besar .....	39
Table IV.7 Chi-square test pada baterai berkapasitas besar.....	40
Table IV.8 Handphone Oppo dan Xiaomi Pada Ketajaman Hasil Kamera .....	42
Table IV.9 Chi-square test pada Ketajaman Hasil Kamera .....	43
Table IV.10 Handphone Oppo dan Xiaomi Pada Fitur Fast Charging .....	44
Table IV.11 Chi-square test pada Fitur fast charging .....	45
Table IV.12 Handphone Oppo dan Xiaomi Pada Layar yang lebar .....	47
Table IV.13 Chi-square test pada layar yang lebar .....	48
Table IV.14 Handphone Oppo dan Xiaomi Pada Harga yang terjangkau .....	50
Table IV.15 Chi-square test pada harga yang terjangkau .....	51

## ABSTRAK

M. Andrian Fahlevi / 212016170 / 2020 / Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang

Rumusan masalah dalam Penelitian ini adalah adakah perbedaan kepuasan konsumen terhadap handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang. Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat pengguna handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang. Pengambilan sampel menggunakan metode *Purposive Sampling* dengan jumlah sampel 100 orang. Jenis penelitian yang digunakan adalah komparatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian adalah Kuesioner. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif. Teknik analisis yang digunakan adalah uji kai kuadrat ( $\chi^2$ ).

Hasil penelitian menunjukkan dengan menggunakan tingkat keyakinan 90% bahwa ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap baterai berkapasitas besar, ketajaman hasil kamera, fitur fast charging, dan harga terjangkau terhadap Handphone Oppo dan Xiaomi. Sedangkan yang tidak ada perbedaan kepuasan konsumen yaitu terhadap layar lebar pada Handphone Oppo dan Xiaomi.

Kata kunci: Kepuasan Konsumen

**Abstract**

**M. Andean Fahlevi / 212016170 / 2020 / The Differences in Consumer Satisfaction on Oppo and Xiaomi Mobile Phones at Seberang Ulu II Palembang.**

*The formulation of the problem in this study was whether there were the differences in consumer satisfaction of Oppo and Xiaomi mobile phones at Seberang Ulu II Palembang. The objective of this study was to find out the differences in consumer satisfaction of Oppo and Xiaomi mobile phones at Seberang Ulu II Palembang. The populations in this study were the users of Oppo and Xiaomi mobile phones at Seberang Ulu II Palembang. The samples used purposive sampling method with a sample of 100 people. The type of research used was comparative study. The data collection technique in this study was a questionnaire. The data analyses used were qualitative and quantitative. The analysis technique used was the square test ( $\chi^2$ ).*

*The results showed by using a 90% confidence level that there were differences in consumer satisfaction with large-capacity batteries, sharpness of camera results, fast charging features, and affordable prices for Oppo and Xiaomi mobile phones. While there was no difference in consumer satisfaction with the big screen on Oppo and Xiaomi mobile phones.*

**Keywords:** Customer Satisfaction

PENGESAHAN  
NO. 391 / Abstract/LB/TMP/ 1111 / 20 20  
Telah di Koreksi oleh  
Lembaga Bahasa  
Universitas Muhammadiyah Palembang AM

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini kebutuhan manusia tidak hanya terbatas pada kebutuhan pokok saja, yaitu sandang, pangan dan papan. Lebih dari itu manusia akan berusaha memenuhi kebutuhan pokok tersebut. Hal ini tidak terlepas dari adanya perilaku konsumen yang berusaha memenuhi berbagai macam kebutuhan dalam rangka mencapai kepuasan.

Beberapa tahun belakangan ini, dunia teknologi modern semakin pesat merambah ke dalam kehidupan manusia. Kemajuan dan perkembangan teknologi ini menawarkan kemudahan informasi yang kini diminati masyarakat, baik tua maupun muda. Semakin majunya teknologi, berdampak positif pada perkembangan media komunikasi yang beragam. Media komunikasi seperti *handphone* yang semakin maju dan mampu memberikan pelayanan dan fungsi yang lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi.

Fungsi *handphone* pada saat ini mulai bergeser. Dahulu *handphone* hanya digunakan untuk menelpon ataupun dengan menggunakan pesan singkat untuk menyampaikan suatu pesan. Sekarang dengan kemajuan ilmu pengetahuan di bidang teknologi yang semakin modern kini *Hanphone* telah berubah menjadi Ponsel cerdas atau lebih dikenal dengan sebutan *Smarphone* yang kini telah berkembang bukan hanya sebagai alat untuk berkomunikasi.

Fitur-fitur yang tersedia dalam *Smartphone*, seperti adanya kamera canggih, musik player, kapasitas baterai yang cukup besar, harga terjangkau, internet 3G/4G dan fasilitas-fasilitas lainnya, masyarakat dapat menggunakannya bukan sekedar untuk berkomunikasi karena *Smartphone* merupakan alat komunikasi yang banyak dimiliki dan diminati oleh para konsumen sebagai alat bantu komunikasi yang paling mudah untuk berinteraksi dengan orang lain. Banyak perusahaan *smartphone* yang meluncurkan berbagai macam produk *smartphonenya* untuk memenuhi permintaan pasar.

Kotler dan Keller (2011:7) menjelaskan bahwa produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat, properti, organisasi dan ide. Sistem Informasi dan komunikasi menjadi sangat lekat dengan kehidupan manusia. Dorongan kebutuhan akan informasi dan komunikasi inilah yang kerap menjadikan *Smartphone* sebagai sarana yang sangat efektif bagi banyak orang baik dalam hal berbisnis, koneksi/relasi, kemudahan komunikasi sampai dengan promosi.

Seiring dengan terus berkembangnya teknologi dalam produksi *Smartphone*, kini berbagai jenis merk *Smartphone* dapat ditemui dengan harga yang semakin terjangkau. Banyak masyarakat tertarik untuk membeli dan mengikuti keluaran *Smartphone* yang terbaru. Tampilan *Smartphone* dan fasilitas-fasilitas yang terdapat di dalam *Smartphone*, menjadi pertimbangan bagi masyarakat untuk membeli dan memilih *Smartphone* yang akan

digunakan. Sebagian orang beranggapan menggunakan *Smartphone* terbaru dan tercanggih akan menambah kepercayaan diri.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, konsumen puas. Jika kinerja melebihi harapan, konsumen amat puas atau senang. (Doni juni priansa,2016:196).

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan keseluruhan konsumen mengenai produk atau jasa yang telah dibeli oleh. Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melebihi harapan dari konsumen, sedangkan ketidakpuasan akan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan konsumen.(Doni juni priansa,2016:197)

Menciptakan kepuasan konsumen merupakan salah satu inti dari pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kepuasan merupakan gambaran perbedaan antara harapan dan kinerja ( yang nyata diterima ). Apabila harapan tinggi, sementara kinerjanya biasa-biasa saja, kepuasan tidak akan tercapai atau bahkan menimbulkan kekecewaan bagi konsumen. Sebaliknya, apabila kinerja melebihi dari yang diharapkan, kepuasan akan meningkat. Karena harapan yang dimiliki konsumen cenderung selalu meningkat sejalan dengan meningkatnya pengalaman konsumen, para



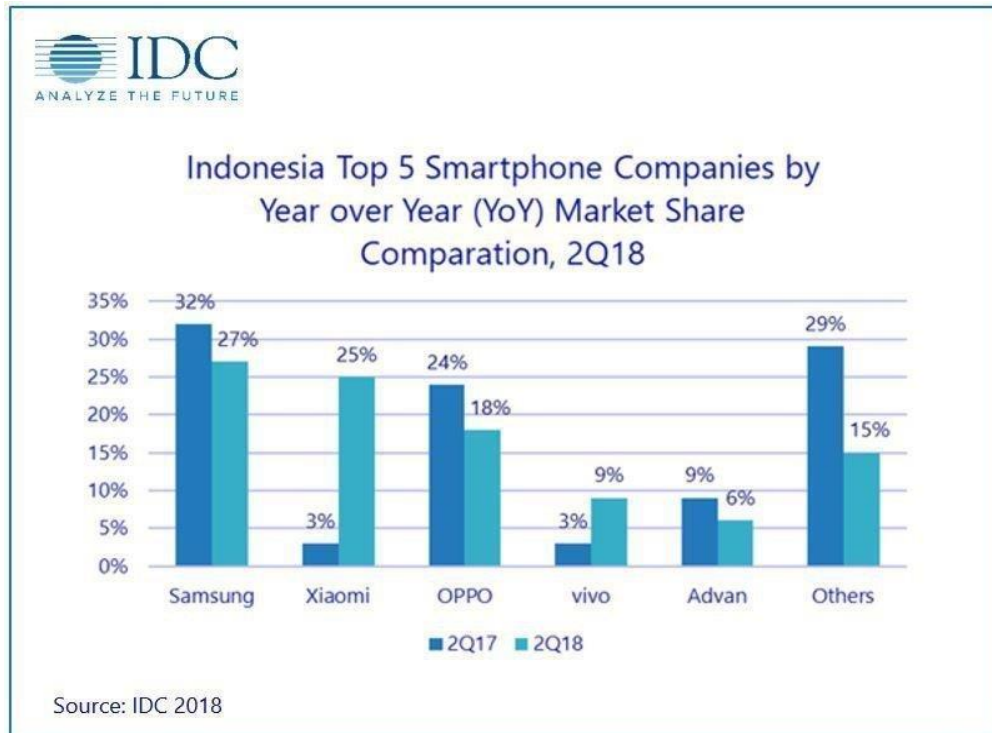
manajer harus secara tetap memonitor kemampuannya untuk memenuhi pembatas kepuasan yang semakin tinggi.

Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2011) yaitu Produk, Harga, Promosi Lokasi, Pelayanan Karyawan, Fasilitas, dan Suasana.

Persaingan bisnis didunia industri saat ini semakin tinggi dan kompetitif. Seiring dengan perkembangan perekonomian semakin pesat. Hal ini menuntut perusahaan berlomba-lomba menciptakan inovasi produk yang dapat diterima oleh pasar. Dengan adanya perkembangan teknologi produsen berusaha untuk menjaga reputasi atau menjaga kualitas dan mutu dari produk yang dihasilkan. Hali ni terjadi karena banyak perusahaan yang menawarkan produk sejenis yang ditunjukkan untuk memenuhi kebutuhan tertentu bagi konsumen. Banyaknya produk-produk *Smartphone* yang menawarkan berbagai fasilitas-fasilitas yang lengkap dan menarik serta harga yang terjangkau, menjadikan masyarakat tertarik untuk membeli dan selalu mengikuti arah perkembangan media teknologi komunikasi yang canggih. Semakin majunya produsen dalam menciptakan *Smartphone*, sehingga memunculkan produk smartphone yang sekarang ini banyak diminati oleh banyak orang antara lain produk smartphone Oppo dan Xiaomi.

Gambar I.1

## Data Penjualan handphone tahun 2018



Sumber :data IDC tahun 2018

Berdasarkan dari data penjualan *handphone* dari dua tahun terakhir, produk Oppo dan Xiaomi termasuk kedalam jajaran lima vendor *smartphone* teratas pada kuartal kedua 2018 menurut IDC Indonesia dan itu membuktikan bahwa kedua vendor tersebut saling bersaing untuk terus menarik minat konsumen dan membuat konsumen puas terhadap produk-produk yang dihasilkan.

*Smartphone* yang memiliki fasilitas-fasilitas lengkap seperti kamera canggih, kapasitas baterai yang cukup besar, serta harga yang terjangkau lebih banyak menjadi pilihan hampir sebagian besar masyarakat indonesia contohnya

seperti di Seberang Ulu II Kota Palembang. Fenomena yang ada dapat dilihat banyaknya masyarakat Palembang seperti di kalangan mahasiswa yang menggunakan handphone Oppo dan Xiaomi. Fenomena yang terjadi di Palembang ini menarik minat penulis untuk melakukan penelitian terkait.

Berdasarkan riset pendahuluan yang dilakukan terhadap 30 responden, maka diperoleh data sebagai berikut.

**Tabel I.1**

**Hasil Riset Pendahuluan Mengenai Kepuasan Konsumen Terhadap Handphone Xiaomi dan Oppo**

NO	INDIKATOR	JUMLAH		
		XIAOMI	OPPO	TOTAL
1	Baterai Tahan	18	12	30
2	Kamera Canggih	11	19	30
3	Fitur Lengkap	14	16	30
4	Desain Bagus	14	16	30
5	Harga Jual	18	12	30

Sumber : Hasil survey, 2020

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa smartphone Merek Xioami ternyata unggul dari segi Baterai, Harga jual. Sedangkan Merek Oppo lebih unggul dari segi Kamera, fiturnya yang lengkap, dan desain yang bagus.

Berdasarkan uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang.**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka penulis dapat menyimpulkan perumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Adakah perbedaan kepuasan konsumen terhadap handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Bardasarkan latar belakang yang telah di uraikan sebelumnya dan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah: Untuk mengetahui perbedaan kepuasan konsumen terhadap handphone Oppo dan Xiaomi di Seberang Ulu II Kota Palembang ?

## **D. Manfaat Penelitian**

Manfaat-manfaat yang ingin dicapai dari peneliti yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

### **1. Bagi Peneliti**

Bisa menambah pengetahuan penulis khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen. Dapat memberikan masukan dalam pengembangan ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

### **2. Bagi Almamater**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan serta memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dan juga dapat memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dengan topik yang serupa.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Donni Juni Priansah. 2017. *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Penerbit CV Andi
- Griffin, Jilid. 2009. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga: Jakarta
- Hasan, Iqbal. 2010. *Pokok-pokok Materi Statistik 2*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.