

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
MASYARAKAT KECAMATAN ILIR TIMUR II PALEMBANG**

Skripsi



Nama : Aditya Hersan Pratama

NIM : 212015214

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PASTA GIGI PEPSODENT
MASYARAKAT KECAMATAN ILIR TIMUR II PALEMBANG**

Skripsi

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen**



Nama : Aditya Hersan Pratama

NIM : 212015214

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2022

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aditya Hersan Pratama

NIM : 212015

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk
Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent
Masyarakat Ilir Timur II Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah 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 naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian 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, 2022



Aditya Hersan Pratama

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang


TANDA TANGAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
Pasta Gigi Pepsodent Masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang

Nama : Aditya Hersan Pratama
Nim : 212015214
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan disahkan
Pada tanggal, JUNI 2022

Pembimbing 1


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

Pembimbing 2


Gumar Herudiansyah, S.E., M.M
NIDN : 0202039203

Mengetahui,
Dekan
W.b. Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zaleha Tri Handayani, SE, Msi
NIDN: 0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto-

“With Great Power Comes Great Responsibility”

(Uncle Ben)

“You have brains in your head. You have feet in your shoes. You can steer yourself any direction you choose”

(Dr.Seuss)

Saya mempersembahkan skripsi ini kepada:

- 1. Kepada Ayah dan Ibuku*
- 2. Kepada Saudara-saudaraku*
- 3. Kepada Keluarga besar*
- 4. Kepada Sahabat dan Teman*
- 5. Kepada Almamaterku*

PRAKATA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Masyarakat Iir Timur II Palembang. Skripsi ini penulis ajukan dalam rangka memenuhi syarat untuk mengikuti ujian komprehensif pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.

Ucapan terima kasih, penulis sampaikan kepada Allah SWT, kedua orangtuaku tercinta, saudara-saudaraku yang telah memberi semangat, mendoakan dan memberikan dorongan baik materil maupun spirit yang tiada hentinya. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Zuhriyah, S.E.,M.Si Dan Bapak Gumar Herudiansyah S.E.,M.M yang telah membimbing dan memberikan pengarahan serta saran-saran dengan tulus dan ikhlas dalam menyelesaikan skripsi ini. Selain itu, disampaikan juga terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mengizinkan, membantu penulis dalam penyelesaian studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang:

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E., M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang beserta wakil-wakil Rektor beserta staf karyawan/karyawati Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E.,M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si selaku Ketua Prodi Manajemen dan Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.Si selaku Sekretaris Prodi Manajemen Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Zuhriyah S.E.,M.Si Dan Bapak Gumar Herudiansyah S.E.,M.Mselaku Dosen pembimbing skripsi yang telah megajarkan, membimbing, mendidik, serta memberikan dorongan kepada penulis sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik.
5. Ibu Ervita SafitriS,E.,M.Si dan IbuDinarossi Utami, S.E, MMSelaku Dosen penelaah yang telah mengoreksi, membimbing, dan memberi solusi untuk kelancaran jalannya penelitian ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Terimakasih yang sebesar-besarnya juga saya sampaikan kepada respondenkota Palembang yang bersedia menjawab kuesioner dalam penelitian ini.
8. Kedua Orang Tuaku Ayah Herman dan Ibu Betty tercinta yang tak henti-hentinya mendoakan dan menyemangatiku.
9. Saudara-saudaraku Muhammad Iqbal Dan Aulia Akbar yang senantiasa mendoakan dan selalu mendukungku.

10. Sahabat terbaikku Ardhy Abdillah , M Ismail dan Irwansyah. Terima kasih atas dukungan dan semangatnya, semoga cita-cita kita dapat tercapai, Amin Ya Robbal Allamin.
11. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhirul kalam dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga Allah SWT membalas budi baik untuk seluruh bantuan yang telah diberikan guna menyelesaikan skripsi ini. Amin Ya Robbal Alamin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR	
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	ii
HALAMAN TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN PRAKATA.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	
DAFTAR LAMPIRAN	
ABSTRAK	x
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian	8
BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
A. Kajian Pustaka.....	10
B. Kerangka Pemikiran.....	28
C. Hipotesis.....	31
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian.....	32
B. Lokasi Penelitian	32
C. Operasionalisasi Variabel.....	33
D. Populasi Dan Sampling	33
E. Data Yang Diperlukan.....	36

F. Metode Pengumpulan Data	36
G. Analisis Data Dan Teknik Analisis	37
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	44
B. Pembahasan	66
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	70
B. Saran.....	70
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN.....	74

ABSTRAK

Aditya Hersan Pratama / 212015214 / Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pasta Gigi Pepsodent Masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Adakah pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pasta gigi Pepsodent masyarakat kecamatan ilir timur II Palembang?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Pasta gigi Pepsodent masyarakat kecamatan ilir timur II Palembang. Jenis penelitian ini adalah asosiatif. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 100 responden dengan menggunakan rumus Slovin dengan teknik pengambilan sampel teknik sampling purposive. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang. Kualitas produk berpengaruh keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang.

Kata Kunci : *Citra Merek, Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

ABSTRACT

Aditya Hersan Pratama / 212015214 / The Influence of Brand Image, Price, and Product Quality on the Purchase Decision of Pepsodent Toothpaste, Ilir Timur II District, Palembang.

The formulation of the problem in this study is Is there any influence of brand image, price, and product quality on the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste community in Ilir Timur II District, Palembang?. The purpose of this study was to determine the effect of brand image, price, and product quality on the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste in the Ilir Timur II sub-district of Palembang. This type of research is associative. The number of samples in this study were 100 respondents using the Slovin formula with purposive sampling technique sampling technique. The data analysis technique used multiple linear regression. The results of this study indicate that there is an influence of brand image, price and product quality on the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste community in Ilir Timur II District, Palembang. Brand image influences the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste community in Ilir Timur II District, Palembang. Price influences the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste community in Ilir Timur II District, Palembang. Product quality influences the purchasing decision of Pepsodent Toothpaste community in Ilir Timur II District, Palembang.

Keywords: Brand Image, Price, Product Quality, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan produk inovasi dan sektor industri yang cukup pesat pada saat ini membawa perubahan pada pola hidup masyarakat dan tingkat kebutuhan masyarakat akan barang konsumsi. Begitu juga dengan produsen produk kebutuhan sehari – hari mengalami kemajuan yang sangat pesat. Hal ini ditandai dengan banyaknya perusahaan-perusahaan baru yang muncul yang kesemuanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan tentunya untuk mendapatkan *profit*. Tidak jarang banyak perusahaan beroperasi pada target pasar yang sama dengan level produk yang sama pula, sehingga pada akhirnya hal tersebut menyebabkan melimpahnya jenis produk dan jasa di pasaran yang pada proses selanjutnya tercipta persaingan.

Ketatnya persaingan dalam industri *consumer goods* membuat para pihak yang bermain di industri ini melakukan kegiatan atau strategi pemasaran untuk mendapatkan *market share* yang besar. Salah satu produk *consumer goods* yang mengalami persaingan tersebut adalah kategori produk pasta gigi. Hal tersebut terbukti dengan munculnya pasta gigi baru dengan berbagai inovasi yang menawarkan atribut yang bervariasi seperti kombinasi rasa, memutihkan atau memperkuat gigi dan gusi sampai dengan kesegaran nafas. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk dapat mengikuti keinginan dan kebutuhan konsumen yang semakin kompleks.

Untuk itu, perusahaan harus memahami perilaku konsumen dalam menentukan keputusan dalam melakukan pembelian suatu produk agar perusahaan dapat bertahan di pasar dan memenangkan persaingan usaha. Keputusan pembelian adalah sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua pilihan alternatif atau lebih. Seorang konsumen yang hendak memilih harus memiliki pilihan alternatif. (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013 : 120)

Jauh ke dalam ranah persaingan perusahaan *pasta gigi* sekarang ini terdapat beberapa merek perusahaan *Pasta gigi* yang sangat menonjol dalam persaingannya memperebutkan konsumen terutama di Indonesia, merek perusahaan itu diantaranya adalah : Pepsodent, Close up, Ciptadent, Sensodyne, dan lain-lain. Salah satu perusahaan yang menjadi *market leader* dengan *Pasta Gigi* nya adalah Pepsodent.

Keberhasilan Pepsodent dalam memproduksi dan memasarkan produknya tidak lepas dari beberapa faktor diantaranya : citra merek, harga, dan kualitas produk. Citra merek adalah sekumpulan persepsi dan kepercayaan yang dimiliki oleh pelanggan terhadap suatu brand yang direfleksikan melalui asosiasi-asosiasi yang ada dalam ingatan pelanggan (Kotler dan Keller, 2012 : 768). Suatu citra merek yang kuat dapat memberikan beberapa keunggulan utama bagi suatu perusahaan salah satunya akan menciptakan keunggulan bersaing. Produk yang memiliki citra merek yang baik cenderung akan lebih mudah diterima oleh konsumen. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek, akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian.

Perusahaan *Pasta gigi* Pepsodent memiliki citra merek yang kuat dan positif, karena nama Pepsodent ini sudah dikenal oleh masyarakat. Dengan nama yang sudah lama dikenal, sudah dipastikan akan membuat orang percaya pada merek Pepsodent. Ketika Pepsodent mengeluarkan produk baru orang tidak akan ragu lagi untuk membeli *Pasta gigi* Pepsodent karena Pepsodent memiliki branding yang kuat sebagai produsen terkemuka. *Pasta gigi* Pepsodent membuktikan bahwa dengan citra merek yang terpercaya dapat meningkatkan penjualan *Pasta gigi* mereka dibandingkan dengan merek produk *Pasta gigi* lainnya yang dari segi harga untuk merek-merek tersebut bisa dikatakan murah dibanding dengan *Pasta Gigi* merek Pepsodent.

Harga *Pasta Gigi* Pepsodent sangat terjangkau yaitu menengah kebawah sesuai dengan kualitas yang dimiliki *Pasta Gigi* Pepsodent tersebut. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya (Kotler dan Keller, 2009 : 67). Harga juga menjadi sebuah pertimbangan bagi konsumen dalam memilih *Pasta Gigi* yang akan dibeli. Saat ini banyak perusahaan berlomba-lomba memproduksi *Pasta Gigi* yang manfaatnya cukup lengkap dengan harga yang bersaing, dari harga yang murah hingga harga yang menengah. Oleh karena itu dunia bisnis produk pasta gigi berlomba-lomba supaya dapat menarik minat para masyarakat dan memutuskan membeli serta menggunakan produknya. Hal ini juga merupakan langkah ataupun cara suatu perusahaan memberikan kepuasan terhadap konsumen-konsumen mereka yang sudah menggunakan produk-produk *Pasta Gigi* jenis tertentu.

Pada saat ini daya tarik *Pasta Gigi Pepsodent* adalah kualitas produknya. Kualitas menjadi sorotan utama bagi perusahaan untuk memberikan suatu kepuasan bagi konsumennya. Kualitas merupakan kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Keller, 2012 : 121). Sebagai salah satu yang mempengaruhi pembelian konsumen maka perusahaan harus merancang produk dengan hati-hati agar mendapatkan kualitas produk yang baik. Konsumen akan melihat apa saja kelebihan-kelebihan dari *Pasta Gigi Pepsodent* seperti memutihkan gigi, membersihkan gigi, dan mencegah gigi berlubang. Terdapat banyak juga pilihan type produk *Pasta Gigi Pepsodent*, sehingga konsumen bisa membeli jenis type *Pasta Gigi Pepsodent* sesuka hati, karena banyak tersedia variasinya.

Salah satu peminat *Pasta Gigi Pepsodent* adalah kalangan masyarakat. *Pasta Gigi* bagi masyarakat sangatlah penting kegunaannya di samping sebagai alat kebersihan dan kesehatan *Pasta Gigi* bagi masyarakat dapat digunakan sebagai alat penunjang dalam bersosial untuk menambah percaya diri. *Pasta Gigi* dapat digunakan sebagai alat untuk mendapatkan percaya diri dalam bersosial . Begitu juga dengan masyarakat kecamatan ilir timur II Palembang yang rata-rata masyarakat menggunakan *Pasta Gigi* merek Pepsodent.

Berdasarkan data survei yang diperoleh melalui *blog.jakpat.net* diketahui bahwa penggunaan pasta gigi sehari-hari pada merk pepsodent

sebesar 71,06%, *close up* sebesar 11,34%, *sensodyne* sebesar 5,60%, formula sebesar 3,52%, *ciptadent* sebesar 2,73% dan merk lainnya sebesar 5,74%. Berdasarkan *top brand award* tahun 2014 yaitu merk pepsodent 73,1%, *ciptadent* 8,4%, *close up* 6,4% dan formula 6,1%. *Ciptadent* merupakan *top brand* tertinggi dari pada merk lain.

Dilakukan riset awal kepada 30 masyarakat yang ada di kecamatan ilir timur II Palembang.

Tabel I.1
Pendapat Masyarakat Terhadap *Pasta Gigi Pepsodent*

NO	Indikator	Setuju	Tidak setuju
1	<i>Pasta Gigi Pepsodent</i> memiliki banyak macam tipe-tipe produk	25	5
2	Merek <i>Pasta Gigi Pepsodent</i> banyak diminati oleh konsumen	26	4
3	<i>Pasta Gigi Pepsodent</i> memiliki citra merek yang baik	25	5
4	Merek <i>Pasta Gigi Pepsodent</i> mudah di ingat	30	0
5	Harga <i>Pasta Gigi Pepsodent</i> sangat terjangkau	25	5
6	Kesesuaian harga dengan manfaat <i>Pasta Gigi Pepsodent</i>	20	10
7	Harga <i>Pasta Gigi Pepsodent</i> sesuai dengan kualitas	21	9
8	<i>Pepsodent</i> memberikan kesegaran pada gigi	25	5
9	<i>Pepsodent</i> dapat memutihkan gigi	20	10
Jumlah sampel		30	

Sumber : Hasil Pra Riset Masyarakat Kecamatan ilir timur II Palembang, 2019

Berdasarkan tabel I.1 diatas dapat disimpulkan bahwa faktor yang mempengaruhi masyarakat untuk memutuskan membeli *Pasta Gigi Pepsodent* yaitu ada 25 dari 30 orang yang setuju *Pepsodent* memiliki banyak macam tipe-tipe produk, ada 26 dari 30 orang yang setuju Merk *Pepsodent* banyak diminati, ada 25 orang dari 30 orang yang setuju *Pepsodent* memiliki citra perusahaan yang baik, ada 30 orang dari 30 orang yang setuju *Pepsodent*

mudah diingat, ada 25 orang dari 30 orang harga Pepsodent sangat terjangkau, ada 21 orang dari 30 orang kesesuaian harga dan manfaat Pepsodent, ada 20 orang dari 30 orang yang setuju harga Pepsodent sesuai dengan kualitas, ada 25 orang dari 30 orang yang setuju Pepsodent memberikan kesegaran pada gigi, ada 20 orang dari 30 orang yang setuju Pepsodent dapat memutihkan gigi.

Pasta Gigi Pepsodent memiliki citra perusahaan yang baik. Perusahaan yang memiliki citra yang baik inilah yang menjadi alasan masyarakat memutuskan untuk membeli *Pasta Gigi* Pepsodent dan merek *Pasta Gigi* Pepsodent juga sudah dikenal oleh masyarakat sehingga merek *Pasta Gigi* Pepsodent mudah di ingat di benak konsumen.

Harga yang ditawarkan oleh *Pasta Gigi* Pepsodent relatif terjangkau jika dibandingkan dengan kompetitor pesaingnya, karena harga yang ditawarkan Pepsodent sesuai dengan kualitas yang diberikan, semakin tinggi kegunaannya. Menunjukkan bahwa semakin harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk, maka akan semakin tinggi tingkat pembelian konsumen. Perusahaan harus selalu berusaha meningkatkan kualitas produk tersebut dengan berbagai inovasi, agar kenaikan harga yang ditawarkan tidak mengalami penurunan pembelian pada konsumen.

Produk *Pasta Gigi* Pepsodent juga kurang baik hal dalam menangani gigi ngilu ini terlihat dari produk *Pasta Gigi* Pepsodent yang sering meniru pasta gigi yang mecengah ngilu lainnya. Akibat dari hal tersebut masyarakat yang menggunakan *Pasta Gigi* Pepsodent menyebutkan bahwa *Pasta Gigi*

Pepsodent tidak serius dalam menangani gigi ngilu

Selain itu, masyarakat juga mengatakan bahwa produsen tidak kreatif dalam membuat design produk. Karena, design yang di luncurkan rata-rata hampir sama, sehingga masyarakat tidak tertarik dan bosan dengan design yang dimiliki *Pasta Gigi* Pepsodent.

Berdasarkan pembahasan diatas, maka penulis ingin melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian *Pasta Gigi* Pepsodent Masyarakat Kecamatan Ilir Timur II Palembang”**

B. Rumusan Masalah

Adakah pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat kecamatan ilir timur II Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Pasta gigi* Pepsodent masyarakat kecamatan ilir timur II Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Kegiatan penelitian ini dapat memperdalam dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh penulis selama di bangku perkuliahan di bidang keputusan

pembelian.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini dapat menambah referensi perpustakaan Universitas Muhammadiyah Palembang sebagai referensi menggali ilmu pengetahuan, khususnya mengenai keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriandita Wijayanto. 2019. *Pengaruh Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Pasta Gigi Pepsodent Pt. Unilever Indonesia, Tbk.* Jurnal Manajemen & Kewirausahaan, Vol. 4 No. 1 Mei 2019
- Danang Sunyoto. 2014. *Konsep dasar Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen.* Cetakan Kedua. Jakarta: Buku Seru.
- Etta Mamang Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen.* Yogyakarta: Andi.
- Edi Cahyono. 2018. *Pengaruh Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Oppo Di Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta.* Jurnal Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta.5(1) h61-75
- Evi Kurniawati, Muhammad Balafif, Sutopo. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Di Surabaya.* Jurnal Manajemen Branchmark Vol 3 Issue 3, 2017
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran.* Edisi 4. Yogyakarta: Andi
- Irawan Dakhi, Afrika, Niko Sumbay. 2018. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Body Wash Merek Dettol Pada Masyarakat Kecamatan Medan Perjuangan Kelurahan Pandau Hilir Lingkungan VII.* Jurnal Mutiara Manajemen, Vol.3 No.1 ,2018
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management. 14th edition.* New Jersey : Pearson : Prentice Hall
- Kotler, Philip and Armstrong. 2012. *Principles Of Marketing. 14th edition.* New Jersey : Pearson : Prentice Hall
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran.* Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Penerbit PT Indeks (Gramedia).
- M. Iqbal Hasan. 2012. *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif).* Edisi Kedua. Jakarta: Bumi Aksara
- Made Alit Andyana Putra. 2017. *Faktor Faktor Yang Dipertimbangkan Dalam Keputusan Pembelian Pepsodent*

Miki Ambarwati. 2017. *Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 25 No. 1 Agustus 2015|

Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta