

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA PADANGSIDIMPUAN

Oleh :

Riki Amulianta, S.Pd.¹, Erlina sari, M.pd², Dr. Hanafi, M.Si
Program Studi Pendidikan Ekonomi Institut Pendidikan Tapanuli Selatan
E-mail : rikiamulianta@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this research is to find out: 1). What is the picture of the quality of Xiaomi smartphone products in the city of Padangsidimpuan?, 2). What is the picture of the decision to purchase a xiaomi smartphone in the city of Padangsidimpuan?, 3). Is there an influence on the quality of Xiaomi smartphone products in the city of Padangsidimpuan?.The research method used in this research is descriptive research method, with a quantitative approach. The population in this study are people who use Xiaomi smartphones in the city of Padangsidimpuan, and the total number of samples is 20 people with a sampling technique using incidental sampling. Collecting data for both variables using a questionnaire. The results of quantitative analysis using descriptive analysis, show: the average value of 66.00 (mean) for variable X, namely product quality. If it is consulted on the classification of the assessment, it is in the good category. As for the Y variable, namely the Purchase Decision, the average value is 59.17 (mean). When consulted on the classification of the assessment, the position is in the good category. So it can be concluded that based on the results of SPSS 22 output tables, the t test is known. The significance test of the regression line equation is obtained by a t count value of 4.187 with a significant value of $0.001 < 0.005$ that H_a is accepted and H_0 is rejected, which means that there is a significant influence between Product Quality on Smartphone Purchase Decisions. Xiaomi In Padangsidimpuan City. Research shows that product quality affects the purchasing decisions of Xiaomi smartphone products. With good quality will influence consumers to make purchases.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision.

A. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini mempermudah masyarakat untuk berkomunikasi dengan cepat dan tanpa batasan. Kemajuan teknologi dan informasi yang semakin berkembang menjadikan kebutuhan manusia ikut berkembang dan semakin kompleks. Perusahaan berlomba-lomba menciptakan produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar (konsumen) yang semakin beragam.

Salah satu teknologi komunikasi yang saat ini sedang populer dan memiliki kemajuan yang sangat pesat yaitu smartphone. Smartphone adalah telepon genggam pintar dengan fokus pengembangan konektivitas internet, multimedia *performance*, hingga fitur-fitur seperti GPS dan kamera. Smartphone saat ini menjadi penunjang kebutuhan hidup, dan gaya hidup masyarakat.

Penggunaan smartphone di Indonesia beberapa tahun ini semakin banyak, sehingga permintaan smartphone di Indonesia mengalami peningkatan. Meningkatnya jumlah pengguna smartphone di Indonesia ditambah masuknya beberapa vendor baru di pasaran di Indonesia menjadikan persaingan antar vendor smartphone menjadi lebih ketat di Negara kita.

Dipasaran saat ini terdapat beberapa merek smartphone yang bersaing dalam pasar di Indonesia baik merek impor maupun merek lokal, antara lain: Samsung, Apple, Asus, Xiami, Oppo, dan lain-lain, masing-masing merek terus melakukan bisnis yang begitu ketat, kemajuan teknologi, serta perubahan dalam kebutuhan dan permintaan konsumen yang begitu

tinggi, semakin banyak jumlah produsen yang mampu memenuhi permintaan konsumen terhadap smartphone tersebut akan menyebabkan perusahaan-perusahaan tersebut akan meningkatkan strategi yang mampu mereka lakukan dalam merebut persaingan di dalam pasar smartphone.

Kualitas produk adalah kemampuan produk untuk melaksanakan fungsi-fungsinya, kemampuan itu menjadi meliputi daya tahan, keandalan dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan. Kualitas produk yang baik tentu akan menarik minat konsumen untuk membeli karena konsumen menginginkan membeli produk yang berkualitas. 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 merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Keputusan pembelian menjadi suatu hal yang penting untuk diperhatikan karena hal ini tentu akan menjadi suatu pertimbangan bagaimana suatu strategi pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan berikutnya.

Konsumen juga tidak mengabaikan kualitas produk meskipun harga suatu produk tersebut murah, kualitas produk merupakan prioritas konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian. Namun pada dasarnya, konsumen membeli produk yang dapat

memuaskan keinginan tidak hanya dalam bentuk fisik tetapi juga manfaat kualitas dari produk tersebut.

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep Produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif. Sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada produk tersebut.

Xiaomi merupakan salah satu perusahaan handphone berbasis android. Dan merupakan salah satu merek smartphone yang dikenal oleh masyarakat Indonesia khususnya di Kota Padangsidempuan. Dari pengamatan awal yang dilakukan peneliti di Kota Padangsidempuan diperoleh data tentang penjualan Smartphone Xiaomi yang menurun dapat dilihat dari pencapaian target yang kurang maksimal dalam beberapa bulan terakhir ini oleh karyawan toko smartphone yang menjual merek Xiomi.

Tabel 1

Data Penjualan Produk Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidempuan Pada Oktober 2020-Februari 2021

No	Bulan	Produk Terjual
1.	Oktober	115 unit
2.	November	90 unit
3.	Desember	87 unit
4.	Januari	63 unit
5.	Februari	40 unit

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa dari bulan Oktober – Februari penjualan smartphone xiami di KotaPadangsidempuan terdapat penurunan, dimana pada bulan Oktober penjualan mencapai 115 unit, selanjutnya pada bulan November menurun lagimenjadi 90 unit, bulan Oktober mengalami penurunan lagi menjadi 87 unit, di bulan Januari menjadi 63 unit, dan di bulan Februari penjualan mengalami penurunan menjadi 40 unit.

Dari hal ini dapat diketahui bahwa adanya penurunan yang disebabkan oleh rendahnya kualitas produk yang mengakibatkan kurangnya keputusan para konsumen untuk membeli produk Smartphone Xiaomi tersebut. Dengan demikian kualitas produk Smartphone Xiaomi perlu ditingkatkan lagi agar produk Smartphone Xiomi lebih berkembang dan diminati oleh para konsumen.

Berdasarkan hasil pengamatan penulis masalah yang ditemukan dalam produk Xiaomi salah satunya yaitu RAM (Random Acces Memory) atau penyimpanan dari smartphone Xiaomi cenderung cepat penuh yang mengakibatkan kesulitan untuk update ke versi terbaru, permasalahan ini dapat dilihat dari adanya masalah yang mengakibatkan smartphone Xiaomi menjadi lemot atau lambat pada saat menggunakannya. Oleh karena itu pembersihan RAM secara teratur dari file yang tidak perlu merupakan salah-satu hal yang perlu diperhatikan.

Dari pengamatan awal yang telah dilakukan oleh peneliti terdapat beberapa permasalahan yang dijumpai pada bagian ketahanan atau daya tahan dari produk smartphone Xiaomi. perangkat Xiaomi cepat panas merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi kualitas produk. Hal ini dapat dilihat dari daya tahan baterai yang kurang optimal atau cepat habis.

Harga juga menjadi salah satu faktor paling dominan dalam pemasaran dan menjadi salah satu faktor loyalitas merek, hal tersebut karena harga ada pada semua situasi pembeli. Harga juga menjadi salah satu isyarat yang digunakan konsumen dalam proses persepsi, harga yang tidak sesuai dengan kualitas produk tersebut merupakan hal yang harus diperhatikan, dimana harga akan mempengaruhi penilaian konsumen tentang suatu produk.

Kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Konsep Produk menyatakan konsumen akan lebih menyukai produk-produk yang menawarkan paling bermutu, berprestasi atau inovatif. Sehingga mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang pada produk tersebut. Oleh karena itu kualitas produk smartphone Xiaomi harus lebih ditingkatkan lagi.

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah di uraikan di atas, peneliti ingin mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh pada pengambilan keputusan pembelian, Oleh sebab itu peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul:

“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Padangsidempuan”

1. Hakikat keputusan pembelian

Menurut Morissan (2010:111) Keputusan pembelian (purchase decision) adalah tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli, namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (actual purchase).

Menurut Kotler (dalam Ellitan Dkk 2009:73) untuk sampai pada keputusan pembelian, seseorang akan melalui tahap-tahap pengambilan keputusan. Proses pembelian dimulai ketika pembeli mengenali masalah atau kebutuhan yang dapat dipicu oleh rangsangan internal atau eksternal.

Menurut Kotler (dalam Harahap 2015:232) Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi,penilaian sumber-sumber seleksi terhadap alternative pembelian, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian.

Sedangkan menurut Schiffman Dkk (dalam Asmara 2017:64) keputusan pembelian adalah perilaku yangdiperlihatkan konsumen dalam mencari, memberi, menggunakan, mengevaluasi dan menghabiskan suatu produk dan jasa yang diharapkan dapat memuaskan kebutuhannya.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah proses dimana seorang pembeli atau konsumen

melakukan penentuan terhadap berbagai pilihan dan memutuskan pembelian pada suatu produk dari sekian banyak produk pilihan.

1.1 Indikator pengukuran keputusan pembelian

Menurut Soewito (dalam Harahap 2015:233) indikator keputusan pembelian adalah a). Kebutuhan yang di rasakan, b). Kegiatan sebelum membeli, c) Perilaku waktu memakai, d). Perilaku pasca pembelian.

2. Kualitas Produk

Menurut Ellitan Dkk (2009:114) kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Menurut Kotler Dkk (2016:15) menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan.

Menurut Kotler Dkk (2008:75) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Menurut Hadi (dalam Dinawan 2010:338) konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, dan perlengkapan inovatif yang terbaik.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat konsumen dapat rasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2.2 Dimensi kualitas produk

menurut Jhon C. Mowen Dkk, (dalam Dinawan 2010:340) memberikan beberapa dimensi dari kualitas produk. Adapun dimensi kualitas produk adalah:

- Kinerja Yang dimaksud kinerja disini adalah kinerja utama dari karakteristik pengoperasian.
- Reliabilitas atau keandalan adalah konsistensi kinerja produk bebas dari kerusakan atau tidak berfungsi
- Daya tahan adalah rentang kehidupan produk/ umur pemakain produk.
- Keamanan adalah produk yang tidak aman merupakan produk yang mempunyai kualitas yang kurang atau rendah.

Dari keempat dimensi diatas selanjutnya akan dijadikan penulis sebagai indikator penelitian yaitu 1). Kinerja, 2). Keandalan, 3). Daya tahan, 4). Keamanan. karena keempat dimensi tersebut dapat mengukur kualitas produk.

B. METODE PENELITIAN

Yang menjadi objek penelitian adalah masyarakat yang menggunakan smartphone xiaomi di

kota padangsidempuan. Dan Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh antara ke dua variabel. Sedangkan Populasi dalam penelitian yang diangkat peneliti adalah Seluruh masyarakat yang menggunakan smartphone xiaomi di kota padangsidempuan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 20 konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data kualitas produk smartphone xiaomi di kota padangsidempuan.

Dari hasil pengumpulan data penelitian variabel X (Kualitas Produk) diukur dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 20 orang. Kemudian datanya diolah dengan menggunakan program SPSS untuk mencari pendeskripsian data tersebut. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 7
Nilai Mean, Median dan Modus Kualitas Produk (X)

		KUALITAS PRODUK
N	Valid	20
	Missing	0
Mean		66.00
Median		66.00
Mode		62
Std. Deviation		2.920
Minimum		62
Maximum		71

Sumber: Olahan Data SPSS Versi 22

Berdasarkan hasil *output* diatas, maka diperoleh nilai terendahnya adalah 62 dan nilai tertinggi adalah 71. Kemudian nilai tengah (*median*) sebesar 66,00, nilai yang sering muncul (*mode*) sebesar 62. Adapun nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel X (Kualitas Produk) sebesar 66,00, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian, maka posisi keberadaan Kualitas Produk Smartphone Xiaomi di kota padangsidempuan berada pada posisi "Baik", artinya Kualitas Produk Smartphone berada dalam kategori baik.

2. Deskripsi Data Keputusan pembelian smartphone xiaomi di kota padangsidimpuan.

Dari hasil pengumpulan data penelitian variabel Y (Keputusan Pembelian) diukur dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 20 orang. Kemudian datanya diolah dengan menggunakan program SPSS untuk mencari pendeskripsian data tersebut. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.000	13.148		.608	.550
	KUALITAS PRODUK	.833	.199	.702	4.187	.001

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN
 Sumber : Data Olahan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil perhitungan *outputs* SPSS

Tabel 9
Nilai Mean, Median, dan Modus Keputusan pembelian(Y)

Adapun nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 63,00, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Padangsidimpuan berada pada posisi “Baik”, artinya Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Kota Padangsidimpuan berada dalam kategori baik.

	KEPUTUSAN PEMBELIAN
N Valid	20
Missing	0
Mean	63.00
Median	63.00
Mode	64 ^a
Std. Deviation	3.464
Minimum	58
Maximum	68

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah nomor 3 (tiga). Sebelum dilakukan pengujian seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidimpuan, maka ada beberapa tahap pelaksanaan pengujian apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak.

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

1. uji korelasi produk moment.

Tabel 11
Korelasi Produk Moment

Berdasarkan hasil perhitungan *Output* SPSS Versi 22 pada tabel diatas diperoleh r_{hitung} yaitu 0,702 yang menggambarkan adanya hubungan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidimpuan.

Versi 22 pada tabel 11 untuk pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} = 4,187$ sedangkan $t_{tabel} = 2,093$, maka diperoleh nilai $t_{hitung}(4,187) > t_{tabel}(2,093)$ dengan nilai sig = 0,001 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% = 0,05. Dengan demikian maka

Berdasarkan perbandingan nilai yang sig dan α diperoleh $sig = 0,001 < \alpha = 0,05$, maka kesimpulannya H_0 diterima dan H_a ditolak, dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,702 > 0,422$, jadi kesimpulannya terdapat “korelasi signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidimpuan.

		KUALITAS PRODUK	KEPUTUSAN PEMBELIAN
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	1	.702**
	Sig. (2-tailed)		.001
	N	20	20
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.702**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	
	N	20	20

2. Uji t

Tabel 12
Uji t
Koefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

dapat diketahui bahwa nilai sig. lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidimpuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_0 ditolak dan hipotesis dapat diterima dan disetujui kebenarannya.

3. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 13

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	2.533

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

Sumber : Data Olahan SPSS V22

Berdasarkan hasil pengujian seperti disajikan pada tabel 12 diatas, dapat dilihat Koefisien Determinasi R Square sebesar 0,493. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (Kualitas Produk) dapat memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian) sebesar 49,3% dan sisanya sebesar 50,7% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan analisis data berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagaimana diuraikan dan dijelaskan pada bagian terdahulu, maka penulis menarik beberapa kesimpulan, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Gambaran Kualitas produk (X) Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidempuan berdasarkan hasil data angket yang diperoleh dari responden sebanyak 20 responden memperoleh nilai rata-rata (*mean*) pada tabel 7 sebesar 66,00, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan Kualitas produk Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan berada pada posisi "Baik", artinya Kualitas produk Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan masih perlu ditingkatkan.
- Gambaran Keputusan Pembelian (Y) Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidempuan, berdasarkan hasil data angket yang diperoleh dari responden sebanyak 20 responden. Data keputusan pembelian pada tabel 9, diperoleh nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel Y (Keputusan pembelian) dengan nilai 63,00, apabila dikonsultasikan pada klasifikasi penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan keputusan pembelian smartphone Xiaomi di kota padangsidempuan berada pada posisi "Baik", artinya keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan masih perlu ditingkatkan.
- Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 12, diperoleh nilai $t_{hitung}(4,187) > t_{tabel}(2,093)$ dengan nilai sig = 0,001 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% = 0,05. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai sig. lebih kecil

dari $\alpha = 0,05$ ($0,001 < 0,05$). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi di Kota Padangsidempuan.

2. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh bahwasanya Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan dan sebagai masukan dalam meningkatkan Keputusan pembelian Smartphone Xiaomi di kota Padangsidempuan.

3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi hasil penelitian di atas, adapun yang menjadi saran penulis adalah sebagai berikut :

- Bagi perusahaan Xiaomi untuk dapat meningkatkan kualitas produk untuk merancang strategi yang lebih efektif agar memperkuat minat beli konsumen terhadap produk Smartphone Xiaomi.
- Sebagai masukan bagi perusahaan agar lebih meningkatkan pemasaran, promosi dan lain sebagainya yang nantinya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk Smartphone Xiaomi.
- Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi serta dapat melanjutkan penelitian ini dengan melihat sisi lain dari masalah yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Audun Jasing .2007. *Trust On Reputation System. Foundation Of Security Analysis and Design IV (Online)*: Jakarta
- Dinawan Muhammad Rendra.2010. *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian*: Semarang, Universitas Diponegoro
- Ellitan, Anatan.2009. *sistem informasi manajemen* . Bandung : Alfabeta
- Farohi Muhammad Irham.2017. *Pengaruh Keamanan Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Social Networking Site*: Semarang, Universitas Negeri Semarang
- Hardiyansyah.2018. *kualitas pelayanan publik*. Edisi revisi Yogyakarta : Gava Media
- J. Setiadi. 2013. *Perilaku Konsumen. Edisi Revisi* . Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. PT. Prahalingo. Jakarta

- Kotler, Philip and Garey Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Manajemen (16 Tahun Edition), New Jersey*:Prentice New Published
- Martono Nanang.2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Edisi Revisi*: Jakarta, PT. Raja Gravindo Persada
- Morissan.2010. *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. : Kencana Prenada Media Jakarta
- P. Siagian.2008.“*Manajemen Strategik*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Tjiptono.2008. *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi
- Yakin M. Fahrul Ainul.2018. *Perilaku Konsumen Dalam Berbelanja Pakaian Wanita di Pasar Pagi Samarinda*: Samarinda, Jurnal Moneter