

## **PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PT. KARYA PAK OLES TOKCER DENPASAR**

**Ni Putu Novia Karlina<sup>1</sup>  
Ni Ketut Seminar SE, M.Si<sup>2</sup>**

<sup>(1)(2)</sup> Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana (Unud), Bali, Indonesia  
e-mail: keylalina@yahoo.co.id/telp: +62 81 63 74 97 45

### **ABSTRAK**

Tujuan dari dilakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner. Skala Likert 5 poin digunakan untuk mengukur 16 indikator dari 3 variabel penelitian. Metode *purposive sampling* digunakan untuk menentukan jumlah responden, yang dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan menunjukkan bahwa citra merek dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Sebagai salah satu perusahaan yang memproduksi obat yang terbuat dari ekstrak tumbuh-tumbuhan, PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar perlu memperhatikan produk-produk yang dipasarkan baik dari segi kemasan produk, bentuk produk dan citra merek produk. Hal ini akan menjadi pertimbangan dalam pengambilan keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

Kata kunci: citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian.

### **ABSTRACT**

*The purpose of this research to determine the effect of brand image and quality product on purchase decisions in PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Techniques of data collection was a questionnaire using 5-point Likert scale for measuring of 16 indicators of 3 variables of the research. Purposive sampling method is used to determine the number of respondents, which in this study of 100 respondents. Methods of data analysis using multiple linear regression. The results of this research indicate that the brand image and product quality significantly influence on product purchase decisions PT. Karya Pak Oles Tokcer. As one of the companies that manufacture drugs made from plant extracts, PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar need to consider products that are marketed both in terms of product packaging, product shape and product brand image. This will be considered in the decision of purchase of products of PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.*

**Keywords:** *brand image, quality product and purchase decisions*

## **PENDAHULUAN**

Berbagai inovasi dan kreatifitas perlu dilakukan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dan perkembangan dunia bisnis. Penciptaan citra merek merupakan salah satu cara dalam menarik pangsa pasar. Fungsi dari merek adalah memberikan petunjuk bagi konsumen mengenai produk tersebut. Merek menciptakan kekayaan dengan menarik dan mempertahankan pelanggan sebagai hasil dari kombinasi produk yang efektif, identitas khas, dan nilai tambah yang ada dibenak konsumen (Walley, 2007). Konsumen yang akrab dengan merek, puas dengan kinerja produk akan terus melakukan pembelian pada merek yang dianggap sebagai pilihan yang aman (Walley, 2007). *Brand image* adalah kesan yang dibuat dalam memori konsumen karena adanya keterlibatan konsumen dengan sebuah merek (Arslan, 2014). Menurut Koh & Fang dalam Yu *et al* (2013), persepsi konsumen terhadap citra merek memiliki dampak positif pada keputusan pembelian. Dengan program Marketing yang baik dan kuat akan sedikit demi sedikit tercipta *brand image* yang positif dan mudah untuk dikenali (Mustakarillah, 2011).

Fokus utama dalam perusahaan adalah kualitas produk, sebagai salah satu cara meningkatkan daya saing yang harus sesuai dan mampu memenuhi harapan konsumen. Kualitas produk sebagai salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam melakukan keputusan pembelian produk (Purwati, 2012). Keputusan pembelian berfokus pada proses pengambilan keputusan (Kotler dan Keller, 2009:214). Adanya kebutuhan yang berusaha untuk dipenuhi mendorong konsumen untuk memilih

berbagai alternatif yang ada (Kotler dan Keller, 2009:220). Keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor citra merek yang positif, dengan adanya citra merek yang kuat dapat menyebabkan merek tersebut melekat dibenak konsumen (Andreani *et al*, 2012). *Brand image* sebagai acuan sebelum konsumen melakukan pembelian (Lin *et al*, 2007). Refrensi *brand image* yang dimiliki konsumen akan membantu konsumen dalam mengambil keputusan pembelian (Arslan, 2014).

PT. Karya Pak Oles Tokcer merupakan perusahaan yang memasarkan produk dari ekstrak tumbuh-tumbuhan yang dibuat berdasarkan teknologi *Effective microorganism* (EM). Perusahaan yang didirikan oleh Gede Ngurah Wididana tahun 1997 yang mana semua produk nya dikenal dengan ramuan Pak Oles. Produk yang dihasilkan oleh PT. Karya Pak Oles Tokcer telah melalui standarisasi produk yang baik dan benar. Produk ramuan Pak Oles diproduksi dengan teknologi yang modern dan mengutamakan kualitas produk yang tinggi. Produk ramuan Pak Oles diproduksi melalui proses organik, dari proses budidaya tanaman sampai proses ekstraksi tanaman rempah dengan menggunakan teknologi *Effective Microorganism* (EM).

**Tabel 1. Daftar Nama Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer**

No	Kategori produk	Jenis produk
1	Minyak	Minyak Oles Bokashi, Minyak Rajas, Minyak Rare, Minyak Kayu Putih Boma, Minyak Lingsir, Minyak Tetes Bokashi dan Parem Lantik
2	Krim	Balsem Bokashi, Balsem Kreno, Saribing, Salep Ratun, dan EM Spa Bunga
3	Keramik	Gelang Keramik Bioxera, Kalung EM Keramik dan Gelang EM Keramik

4	Madu	Masker Madu Hitam, Madu Malen, Madu Putih, Madu Putih Pandu, Madu Rocky, Madu Resi, Madu Jamur dan Madu Geruh
5	Pupuk Organik	Saferto-5, Sarula-3, Produk EM-4, Produk EM-4 Pertanian dan Produk EM-4 Peternakan
6	Biotor	Kudo , Spontan Power Motor, Spontan Power Mobil dan Hexon
7	Minuman	Teh Herbal Bukit Hexon (Murbei, Alpokat, Bluntas Kelor, Akar Alang, Temulawak, Intaran, Sirsak Mengkudu, Beras Merah, Sirih Kunci, Jeruk Nipis dan Mahkota Dewa), dan Kopi Bubuk Bukit Hexon

Sumber: [www.pakoles.com](http://www.pakoles.com), 2014

Berbagai produk yang telah diproduksi oleh PT. Karya Pak Oles Tokcer, semua produk tersebut berbahan alami dan aman untuk digunakan karena telah mendapat sertifikat dari BPOM. Produk-produk PT. Karya Pak Oles Tokcer didistribusikan dengan system penjualan langsung melalui SPG, counter Pak Oles dan outlet yang tersebar diseluruh kabupaten di Bali.

Tujuan dari penelitian ini untuk : (1) mengetahui pengaruh *brand image* terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar, (2) mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar, dan (3) mengetahui pengaruh citra merek dan kualitas produk secara simultan/serempak terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kiswalini (2014) dan Sulistyawati (2010) menunjukkan hasil yang mana *brand image* memiliki pengaruh yang

signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin baik citra merek suatu produk maka kecenderungan konsumen dalam melakukan pembelian juga akan meningkat.

**H<sub>1</sub>**: Citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

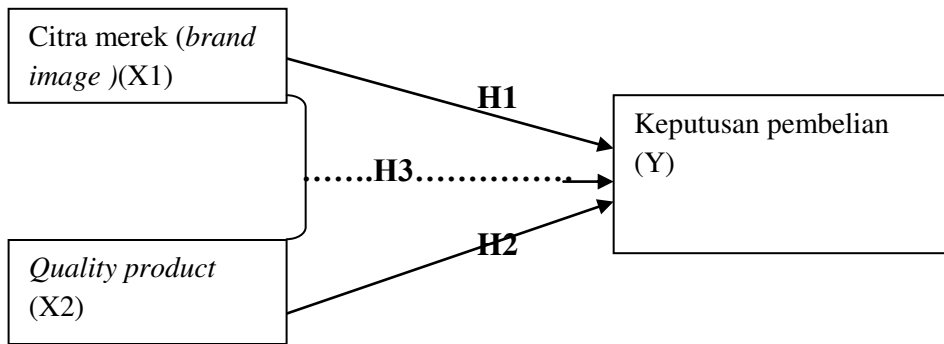
Salah satu faktor yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian adalah keputusan pembelian. Penelitian dilakukan Pranoto (2008), Oetama (2011) dan Prawira (2013) juga menunjukkan hasil bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk.

**H<sub>2</sub>**: Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

Persepsi konsumen terhadap citra merek dan kualitas produk yang dirasakan memiliki dampak positif terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Alfian (2012), Idris (2013) dan Saputra (2014) menunjukkan hasil bahwa *quality product* dan *brand image* memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

**H<sub>3</sub>**: *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

### Model Konseptual Penelitian



sumber :berbagai refrensi buku dan jurnal, 2014

Keterangan:

—————> : X1 berpengaruh terhadap Y secara parsial

—————> : X2 berpengaruh terhadap Y secara parsial

.....-> : pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara serempak/ simultan

### METODE

Penelitian ini dikategorikan dalam penelitian asosiatif yakni bertujuan untuk menganalisa dampak dan juga hubungan berbagai variabel, variabel independen dan variabel dependen (Sugiyono, 2010:10). Penelitian ini dilaksanakan di Kota Denpasar hal ini didasarkan karena Denpasar menjadi wilayah yang mana tingkat konsumen yang bervariasi dan penduduk yang padat. Data dalam penelitian ini dibedakan menjadi data kualitatif yakni tanggapan responden yang diuraikan dengan isi kuisioner, sejarah perusahaan dan struktur organisasi dan data kuantitatif yang digunakan yakni umur responden. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan

mengajukan daftar pertanyaan tertulis kepada responden dan melalui studi pustaka dari berbagai buku-buku, artikel, jurnal dan *website* yang terkait dengan penelitian ini.

Seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar menjadi populasi dalam penelitian ini. Sampel sebagai subkelompok atau sebagian dari populasi yang diamati (Sekaran, 2006:123). Ukuran sampel yang *representative* antara 100-200 atau tergantung pada jumlah indikator yang dikalikan 5-10. Dalam penelitian ini jumlah indikator sebanyak  $16 \times 6 = 96$ , namun untuk memudahkan perhitungan maka sampel yang digunakan adalah 100 responden. Tolak ukur pengambilan sampel yakni responden yang memiliki tingkat pendidikan minimal SMA/ sederajat dengan pertimbangan dianggap memahami dan mampu menjawab kuisisioner secara objektif dan responden yang menggunakan produk-produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

Instrumen penelitian diuji menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Pengujian dalam penelitian ini juga menggunakan uji asumsi klasik. Regresi Linear berganda digunakan sebagai alat analisis untuk menganalisis pengaruh atau hubungan dari berbagai variabel yang digunakan dalam penelitian.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Berdasarkan klasifikasi karakteristik responden, responden laki-laki lebih banyak yang mengambil keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar yakni sebesar 58% jika dibandingkan responden perempuan berjumlah 48%. Dilihat

dari karakteristik umur, mayoritas responden yang berumur >34-44. Pada karakteristik pendidikan akhir responden, mayoritas responden berpendidikan akhir SMA/K.

Pengujian instrumen yang menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas menunjukkan hasil bahwa seluruh indikator yang digunakan valid. Pada uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel dari kuisisioner adalah reliabel dan indikator tersebut dapat digunakan sebagai tolak ukur.

Berdasarkan hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data telah berdistribusi dengan normal sehingga data. Hasil uji Multikolonearitas menunjukkan hasil bahwa data bebas dari gejala multikolonearitas. Bilamana hasil signifikan lebih besar 0.05 maka data tidak mengalami gejala heterokedasitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi untuk variabel citra merek  $0.112 > 0.05$  dan variabel kualitas produk adalah  $0.561 > 0.05$  maka dengan ini menunjukkan kedua variabel tersebut bebas dari gejala heteroskedasitas.

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>												
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	-3.3E-016	.057		.000	1.000	-.113	.113						
	Citra merek	.496	.083	.496	5.971	.000	.331	.661	.780	.518	.342	.476	2.101	
	Kualitas produk	.392	.083	.392	4.727	.000	.228	.557	.751	.433	.271	.476	2.101	

a. Dependent Variable: Kep. Pembelian

Teknik analisis data dengan menggunakan analisis linear berganda menunjukkan  $\beta_1 = + 0.496$ , ini berarti bahwa Citra Merek memiliki pengaruh pada



Keputusan Pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer.  $\beta_2 = + 0.392$ , menunjukkan bahwa *quality product* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer.  $R^2 = 0.682$ , yang berarti bahwa variabel *brand image* dan kualitas produk berpengaruh sebesar 68.2 persen terhadap Keputusan Pembelian Produk PT. Karya Pak Oles Tokcer sedangkan 31.8 persen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

#### **Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar**

Hasil pengujian pada hipotesis yang pertama menunjukkan hasil citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian maka jika kesan yang ada dibenak konsumen tentang produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar baik maka akan memengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan pembelian. Hasil penelitian ini didukung dari sebelumnya oleh Diah (2013), Kiswalini (2014) dan Sulistyawati (2010) menunjukkan bahwa *brand image* memiliki pengaruh pada keputusan pembelian.

#### **Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar**

Pengujian hipotesis yang kedua menunjukkan hasil yakni kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kemampuan produk PT. Karya Pak Oles Tokcer untuk memenuhi harapan konsumen maka keputusan pembelian juga

semakin meningkat. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya yakni penelitian Sujito dan Huda (2012), serta Iswayanti (2010) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Ghanimata (2012) dan Annafik (2012) juga menunjukkan hasil bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kualitas produk.

### **Citra merek dan kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar**

Pengujian hipotesis yang ketiga menunjukkan *brand image* dan kualitas produk memiliki pengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Penelitian yang dilakukan Dinawan (2010), Rosvita (2010) dan Idris (2013) menunjukkan hasil bahwa secara positif citra merek dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **SIMPULAN DAN SARAN**

Mengacu pada hasil penelitian yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan : (1) citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Hal ini bahwa semakin baik/positif citra merek produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar di benak konsumen maka keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar juga meningkat. (2) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. Simpulan ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk PT. Karya Pak

Oles Tokcer Denpasar maka akan semakin dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan pembelian PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar. (3) Variabel *brand image* dan kualitas produk berpengaruh secara serempak terhadap keputusan pembelian produk PT. Karya Pak Oles Tokcer Denpasar.

Bagi PT. Karya Pak Oles Tokcer sebagai salah satu produsen industri kecil obat tradisional yang memproduksi produk yang berbahan dasar ekstrak tanaman agar selalu memperhatikan citra merek dan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen sehingga keputusan konsumen untuk melakukan pembelian semakin meningkat. Perusahaan perlu memperhatikan produk-produk yang dipasarkan baik dari segi kemasan produk, bentuk dan label produk, karena hal ini akan berpengaruh terhadap penilaian konsumen terhadap produk PT. Karya Pak Oles Tokcer yang akan melakukan pembelian.

Bagi penelitian selanjutnya, agar hasil penelitian dapat lebih digeneralisasi, menggunakan jumlah sampel yang lebih besar, dan menggunakan produk industri obat tradisional lainnya dengan menghubungkan faktor-faktor yang juga dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

## **REFERENSI**

- Amubode, A.A.2009. Costumer Relationship Management : Towards Satisfying Tie-Dye Batik Consumers in Abeokuta Metropolis. *International Journal Hummanities,Social Sciences,and Creative Arts*,4(1).
- Annafik, A. F. dan M. Rahardjo. 2012. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap keputusan Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha Ss Cabang Kedungmundu Semarang). *Journal Of Management*. 1(2), h: 274-281.

- Alfian,B. 2012. Dampak *brand image* terhadap keputusan pembelian mobil kijang Toyota pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. *Skripsi*. Universtitas Hasanudin.
- Andreani, et al. 2012. Dampak brand image terhadap Loyalitas konsumen dengan kepuasan sebagai mediator. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, Vol.14, No.1, h: 64-71.
- Arslan, Muhammad., M.Phil. 2014. *Impact of Brand Image and Service Quality on Consumer Purchase Intention: A Study of Retail Store in Pakistan*. *Research on Humanities and Social Sciences*. 4 (22), h: 98-107
- Dinawan, R. (2010). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Thesis*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Diah, Ni L G Nirmala Dewi,. 2013. Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 2(2)
- Ghozali, I. 2011. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBS SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponogoro
- Gilaninia, S., dan Seyyed J.M. 2011. The Investigation and Analysis Impact of Brand Image in Iran. *African Journal of Business Management*, 6 (25), pp: 7548-7556
- Huda, P., Sujito. 2012. Pengaruh Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Asuransi Kerugian yang Dimediasi oleh Kepercayaan Nasabah (Studi Kasus Pada PT. Asuransi Kerugian Jasa Indonesia Cabang Semarang Tahun 2012). *Jurnal Mahasiswa Q-MAN*, 1(3): h: 92-105.
- Iswayanti. (2010). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan,Harga dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada RumahMakan“Soto Angkring Mas Boed” di Semarang). *Skripsi*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Idris, H.A. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis Mpv Merek Toyota Kijang Innova Di Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*.Vol 2,No 3
- Kirmani, A., & Zeithaml, V. 1993. *Advertising, perceived quality and brand image*. In D. A. Aaker, & A. L. Biel (Eds.), *Brand equity and advertising: Advertising’s role in building strong brands*. New York: Erlbaum, pp: 143-160
- Kiswalinni, Annis. 2014. Pengaruh *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 3(6), H: 1522-1534
- Kotler, P dan K. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi ke 13. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

- Lin, Nan-Hong dan Bih-Syah Lin. 2007. The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention. *Journal of International Managements Studies*, pp: 121-132.
- Mustikarillah, Rizki Nurafdal. 2011. Pengaruh Brand Image Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush Pada PT. Hadji Kalla Di Makassar. Skripsi. Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Hasanuddin
- Nazri MohdMohd Noor, Jayashree Sreenivasan & Hishamuddin Ismail. 2013. Malaysian Consumers Attitude towards Mobile Advertising, the Role of Permission and Its Impact on Purchase Intention: A Structural Equation Modeling Approach *Asian Social Science*, 9(5)
- Oetama, Seanewati, 2011, "Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda di Sampit", *Socioscientia*, vol.3, n0.1.
- Purwati, dan Rohmawati. 2012. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)*. Politeknik Negeri Sriwijaya. 2(3)
- Prawira, Bayu. 2013. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Samsung Di Kota Denpasar. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Udayana
- Pranoto, Bambang, 2008, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor", *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, vol.12, no.2
- Prasetyo, F. D. 2009. "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen". *Skripsi* Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran", Jawa Timur.
- Rosvita, D L. 2010. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Cuaca Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi S1 Reguler Universitas Diponegoro). Skripsi. Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Saputra, Denny., Handoyo Djoko Waluyo Dan Sari Listyorini. 2014. Effect Of Product Quality, Promotion, And Brand Image On Purchase Decision Of Nike Sports Shoes (Case Study On S1 Fisip Undip Students). *Diponegoro Journal Of Social And Politic*. H:1-12
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ke-12. Bandung: Penerbit Alfabeta.

- Sulistiyawati, P. 2010. Analisis pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merk Acer di Kota Semarang. *Skripsi*. Universitas Diponegoro.
- Walley, Keith., Paul Custance and Sam Taylor. 2007. *The importance of brand in the industrial purchase decision: a case study of the UK tractor market*. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 22(6), pp: 383–393
- Yu, Chih-Ching *et al.* 2013. *How Brand Image, Country Of Origin, And Self-Congruity Influence Internet Users Purchase Intention*. *National Taipei University. Social Behavior And Personality*, 41(4), pp: 599-614

**Web**

[www.pakoles.com](http://www.pakoles.com) diakses pada tanggal 25 September 2014