

## Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Kalangan Generasi Milenial Kota Manado

Thea Wowor  
Lucky F. Tamengkel  
Aneke Punuindoong

Jurusan Ilmu Administrasi, Program Studi Administrasi Bisnis  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
Email; [theawowor22@gmail.com](mailto:theawowor22@gmail.com)

---

**Abstract.** *This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Converse Shoes among the Millennial Generation in Manado City, in this study using a quantitative descriptive approach, with a sample of 60 respondents. Collecting data in this study is by conducting observations, interviews (interviews), questionnaires, and literature study. The analysis technique used in this study is using multiple linear regression analysis and the tool used to get the results from the research data is using the SPSS Version 25 application. From the partial test results that the Product Quality variable has no significant and positive effect on the Purchase Decision variable but on the price variable there is a significant and positive effect on purchasing decisions, and in simultaneous testing, it is found that product quality and price variables have a significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Purchase Decision, Millennial Generation*

---

**Abstrak.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif, dengan sampel sebanyak 60 responden. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu dengan melakukan observasi, interview (wawancara), kuesioner, dan studi kepustakaan. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linear berganda dan alat yang di gunakan untuk mendapatkan hasil dari data penelitian yaitu menggunakan aplikasi SPSS Versi 25. Dari hasil pengujian secara parsial bahwa variabel Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Keputusan Pembelian tetapi pada variabel Harga terdapat pengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, dan dalam pengujian secara simultan bahwa secara bersama-sama ditemukan variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Generasi Milenial

---

### Pendahuluan

Dalam perkembangan perekonomian Indonesia saat ini sudah semakin banyak pebisnis yang bersaing memperkenalkan produk-produk bisnisnya agar bisa menarik perhatian para konsumen.

Pemasaran berusaha mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen pasar sasaran serta bagaimana memuaskan mereka melalui proses pertukaran dengan tetap mempertahankan semua pihak dan tujuan terkait dengan kepentingan perusahaan. Memahami perilaku konsumen merupakan hal yang penting untuk di lakukan oleh pebisnis karena mereka mempunyai alasan tertentu dalam memilih produk. Khususnya bagi kalangan generasi milenial, mereka bahkan berkorban untuk mengeluarkan uang dengan jumlah yang besar agar bisa membeli produk sesuai dengan keinginan dan

gaya mereka, sehingga bisa terlihat lebih menarik dan kekinian.

Produk *fashion* tidak hanya berupa pakaian dan aksesoris yang dikenakan, tetapi juga termasuk perhiasan dan sepatu. Salah satu produk *fashion* yang banyak di pakai oleh kalangan generasi milenial adalah sepatu. Karena sepatu selain dibutuhkan itu juga dapat menunjang bagi kelengkapan *fashion*, dengan di hadirkan dari berbagai macam merek mulai dari buatan dalam negeri sampai keluar negeri, semua dapat di sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

The Converse Rubber Company merupakan perusahaan yang dibuat oleh Marquis M Converse untuk memproduksi sepatu Converse pada tahun 1908. Pada awalnya, Converse merupakan sepatu basket yang paling populer pada saat itu. Kemudian pada tahun 70-an, sepatu Converse mulai bergeser

dari sepatu olahraga menjadi sepatu santai berkat penampilan dan warnanya yang khas.

Para bisnis terdorong untuk semakin menunjukkan karya-karya terbaiknya dalam mempromosikan produk agar bisa menarik perhatian bagi para generasi milenial saat ini. Generasi milenial atau generasi Y adalah sekelompok orang yang lahir pada kisaran tahun 1981-2000. Oleh karena itu berbagai usaha dilakukan oleh pihak perusahaan dalam rangka mempertahankan citra kualitas produk yang mereka miliki diantaranya berupa inovasi dan keunggulan dari produk tersebut, mengingat karena persaingan dalam dunia bisnis terlebih khusus dalam dunia fashion mereka semakin berlomba-lomba untuk meningkatkan kualitas produk dari bisnis mereka masing-masing. Untuk itu perusahaan di tuntut agar bisa menghasilkan produk yang sesuai standar konsumen artinya perusahaan mampu mempertahankan kualitas produk, mengembangkan, serta terus melakukan inovasi-inovasi baru agar konsumen yang membeli produk tersebut merasa puas dan terutama bisa menjadi penunjang *fashion* dan kebutuhan dalam menjalankan aktivitas, khususnya dalam generasi milenial. Sehingga dapat di dukung dengan pendapat dari Tjiptono (2012), kualitas merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan konsumen atau menilai sampai seberapa sejauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Harga dari suatu produk mencerminkan ukuran terhadap besar atau kecilnya nilai kepuasan dari konsumen terhadap produk yang akan dibelinya. Ketika di tawarkan dengan berbagai merek-merek yang ada, konsumen akan mengevaluasi harga yang paling terjangkau dan sesuai dengan *budget* dari pihak konsumen. dengan demikian konsumen membandingkan standar harga sebagai rekomendasi dalam memutuskan transaksi suatu pembelian. Karena harga termasuk aspek yang sangat mempengaruhi tingkat daya beli konsumen, karena dari pihak konsumen akan menilai apakah harga yang di tawarkan sudah sesuai dengan kualitas produk yang didapatkannya.

Jadi walaupun perusahaan sudah menawarkan kualitas dan harga yang memadai semua tergantung kebutuhan konsumen, ada yang membeli suatu produk karena sudah harus diganti karena sudah tidak layak digunakan, tapi ada juga konsumen yang membeli suatu produk karena ingin mengoleksi atau dalam KBBI mengartikan mengumpulkan, dalam artian bisa berdasarkan warna, jenis, merek, dll. Maka dapat disimpulkan keputusan pembelian dari konsumen akan menentukan sikap dari pengambilan keputusan apakah memutuskan membeli atau tidak, jika memilih untuk membeli

produk, dalam hal ini konsumen akan diperhadapkan dengan beberapa alternatif pengambilan keputusan seperti mencari berbagai informasi mengenai produk yang akan dibeli, keputusan dalam pembelian dengan memperhatikan keuangan yang tersedia, serta tingkah laku setelah pembelian yaitu berupa pendapat dan penilaian dari pihak konsumen.

Maka dari itu, penulis melakukan penelitian ini dengan bertujuan untuk mengetahui keputusan pembelian yang mempengaruhi Konsumen dari pengguna sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di kota Manado.

Berdasarkan identifikasi dalam penelitian ini, dapat dirumuskan permasalahan penelitian sebagai berikut, Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado ? Apakah Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado ? Apakah Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado ?

### **Kajian Pustaka** **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), “Kualitas produk merupakan salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas produk berhubungan erat dengan nilai pelanggan”. Kualitas produk adalah sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari daya tahan, keandalan ketetapan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Definisi lain dari kualitas produk adalah kesesuaian antara kebutuhan dan keinginan atas produk ke dalam spesifikasi produk yang di hasilkan (Purnama, 2006:11). Juga menurut Cannon, dkk (2008:286), kualitas produk adalah kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan. Produk merupakan objek yang berwujud, maupun yang tidak berwujud yang dapat dibeli orang (Harjanto, 2009).

### **Harga**

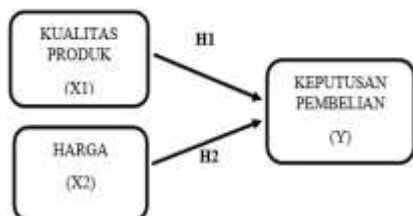
Menurut Swatha (2010:147), “Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”. Dalam melakukan pembelian suatu produk konsumen biasanya mempertimbangkan apa yang akan dibeli, oleh karena itu bagi para pelaku bisnis memberikan harga dari suatu produk jualan harus tepat. Karena dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai

bilamana harga tersebut dibungkam dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang dan jasa. Agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang dan jasa, setiap perusahaan menetapkan harganya secara tepat dari sudut pandang pemasaran. Tentunya alasan memilih suatu produk karena ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan memiliki produk pilihan dari konsumen beserta harga yang sesuai dengan kualitas produk tersebut, sehingga dapat menciptakan loyalitas dan kepercayaan dari konsumen.

### Keputusan Pembelian

Menurut Fandy Tjiptono (2014) Keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalah, yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Dengan demikian keputusan pembelian dapat menjadi ukuran tercapai atau tidaknya tujuan suatu perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2004) proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: Pengenalan kebutuhan, Pencarian informasi, Pengevaluasian alternatif, Keputusan pembelian, dan Perilaku setelah pembelian. Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternative yang dilakukan secara sadar dengan menganalisis kemungkinan-kemungkinan dari alternative tersebut bersama dengan konsekuensinya.

### Kerangka Pemikiran Teoritis



### Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

1. Terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu converse di kalangan generasi milenial.
2. Terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu converse di kalangan generasi milenial.
3. Terdapat pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu converse di kalangan generasi milenial.

### Metode Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif Kuantitatif dengan menggunakan Analisa Regresi Linier Berganda. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian

yang berlandaskan pada filsafat positif, yang digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random atau acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan (Sugiyono, 2018:15). Penelitian ini dilakukan bertempat pada Transmart Star Square Bahu kota Manado, waktu untuk penulis mengumpulkan data penelitian yaitu berjangka waktu tiga bulan yaitu dari bulan September-November tahun 2021. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen dari pengguna sepatu Converse di kalangan generasi milenial di Kota Manado yang berjumlah 60 orang. Penentuan sampel penelitian sebanyak 60 responden ini sudah dianggap representatif dan bisa mewakili keseluruhan populasi pelanggan dari pengguna sepatu Converse di Kalangan Generasi Milenial di kota Manado. Uji Instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah (1); Analisis regresi linear berganda. Dan uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1); Uji Koefisien determinasi ( $R^2$ ), (2) Uji t Parsial, (3); Uji f Simultan.

### Hasil Penelitian

Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen (Arikunto, 2006:160). Butir-butir pertanyaan dalam kuesioner merupakan instrumen (alat) ukur yang harus mengukur apa yang menjadi tujuan penelitian sehingga tiap butir pertanyaan dalam kuesioner harus diukur kevaliditasnya. Hasil Uji Validitas, dimana Rata-rata r hitung dari variabel Kualitas Produk (X1) 0.672, Harga (X2) 0.825, dan Keputusan Pembelian (Y) 0.836. Dan nilai r tabel 0.254 yang dimana dapat diketahui bahwa semua item dalam kuesioner dinyatakan valid .

### Tabel Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas		
Nama Variabel	Cronbach Alfa	Interpretasi
Kualitas Produk	0.813	Reliabel
Harga	0.836	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.774	Reliabel

Sumber: Diolah menggunakan SPSS Versi 25

Ghozali (2013:47) Mengemukakan bahwa uji reabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Dari hasil pengamatan dalam penelitian ini, bahwa hasil uji reliabilitas dengan menggunakan nilai *Alpha Ccroanbach* pada nilai *Alpha Ccroanbach* Kualitas Produk (X1)  $0.813 > 0.6$  sehingga dapat dinyatakan bahwa pada variabel Kualitas Produk (X1) diterima atau reliabel. Selanjutnya hasil uji variabel Harga (X2)  $0.836 > 0.6$  sehingga dapat dinyatakan bahwa pada variabel Harga (X2) diterima atau reliabel. Dan yang terakhir Keputusan Pembelian (Y)  $0.774 > 0.6$  sehingga dapat dinyatakan bahwa pada variabel Keputusan

dependen keputusan pembelian, semakin besar nilai

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Currbin-Watson
1	.719 <sup>a</sup>	.518	.501	1.807	1.780

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$R^2 > 0,5$  artinya terdapat pengaruh yang kuat dari variabel-variabel bebas terhadap variabel terkait. Dalam penelitian ini digunakan microsoft excel untuk menentukan nilai r (Rsquare). Berdasarkan hasil data pada tabel di atas, maka uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R square* sebesar 0.00518 atau 51,8% angka ini menjelaskan bahwa keputusan pembelian sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial Kota Manado di pengaruhi oleh kualitas produk dan harga sebesar 51,8%.

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1.574	.121
	KUALITAS PRODUK	1.159	.251
	HARGA	4.073	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Diolah menggunakan SPSS Versi 25

Pembelian (Y) diterima atau reliabel.

### Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	3.763	2.391
	KUALITAS PRODUK	.172	.148
	HARGA	.734	.180

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
Sumber: Diolah menggunakan SPSS Versi 25

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS 25, maka diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:  $Y = 3.763 + 0.172 X_1 + 0.734 X_2 + e$  Persamaan regresi linear parsial memperlihatkan hubungan antara variabel independen secara parsial.

Koefisien regresi *intercept* sebesar 3.763, artinya variabel bebas atau variabel independen (kualitas produk), maka peningkatan keputusan pembelian sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado sebesar 3.763.

Koefisien regresi kualitas produk (X1) sebesar 0.172 dapat menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado sebesar 0.172.

Koefisien regresi harga (X2) sebesar 0.734 dapat menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan keputusan pembelian sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado sebesar 0.734.

### Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Koefisiensi determinasi digunakan untuk mengetahui berapa persen variabel independen harga dan kualitas produk mempengaruhi variabel

### Tabel Uji T

Uji Parsial atau bisa disebut dengan uji t, digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan secara statistik dari pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terkait. Dengan

variabel	t hitung	t tabel	Sig.	keterangan
Kualitas produk	1.159	2.030	0,251	tidak signifikan
harga	4.073	2.030	0,000	signifikan

kriteria pengujian hipotesis yang digunakan adalah dengan menggunakan  $\alpha = 0,05$  dan derajat bebas  $n-k-1$ . Berdasarkan hasil uji t di atas pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), nilai signifikan  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas produk (X1) adalah sebesar 0.251 atau lebih besar dari 0.005 dan juga terlihat nilai  $t_{tabel}$  2.00030 atau lebih besar dari 0.005. Sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  tidak diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui variabel harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai signifikan  $t_{hitung}$  untuk variabel harga (X2) adalah sebesar 0.000 atau lebih kecil dari 0.005 dan juga terlihat nilai  $t_{tabel}$  2.00030 atau lebih besar dari 0.005. sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### Tabel Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.784	2	99.392	30.0087	.000 <sup>b</sup>
	Residual	186.150	57	3.266		
	Total	385.933	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
Sumber: Diolah menggunakan SPSS Versi 25

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama mempunyai

pengaruh yang berarti terhadap variabel dependen. Menurut Rangkuti, (2007) Uji F yaitu untuk menguji pengaruh koefisien regresi secara bersama-sama. Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas maka dapat diketahui bahwa nilai F sebesar 30.00587 dengan nilai signifikan  $0.000 < 0,05$  sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado.

### Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian dari peneliti bahwa variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado dalam hal ini berarti bahwa kualitas produk yang di tawarkan oleh perusahaan tidak banyak yang terlalu tertarik dengan brand converse, karena dengan banyaknya pesaing dalam dunia fashion saat ini terlebih khusus dalam hal sepatu. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Supriyadi, Wahyu, Indra K.N, (2015), hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan ada juga penelitian lain yang sama-sama konsisten berpengaruh positif dari variabel harga terhadap keputusan pembelian yaitu penelitian dari Oktafalia Marisa M dan Janny Rowena (Jurnal Bina Manajemen) (2019).

Berdasarkan dari hasil penelitian dari peneliti bahwa variabel harga terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado dalam hal ini berarti bahwa harga yang di tawarkan dalam penjualan sepatu converse termasuk cukup terjangkau bagi kalangan generasi milenial, karena dengan melihat berbagai desain dan gaya yang unik-unik dan menarik itulah yang membuat bagi kalangan generasi milenial tertarik dengan produk sepatu converse. Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian dari Almendo Benaino, R.E.Tampi dan M.Tumbel (JAB) (2017), hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan ada juga penelitian lain yang sama-sama konsisten berpengaruh positif dari variabel harga terhadap keputusan pembelian yaitu penelitian dari Friani Gloria Igir, Jhony R.E.Tampi dan Henny Taroreh (JAB) (2018).

Berdasarkan dari hasil penelitian dari peneliti bahwa variabel kualitas produk dan harga terdapat pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse pada

Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado dalam hal ini berarti bahwa produk yang di hasilkan oleh perusahaan memiliki kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen, sehingga mereka tertarik untuk membeli produk converse, karena dengan kualitas yang terjamin dalam suatu produk dapat menciptakan suatu kepercayaan terhadap konsumen sehingga mereka menjadi pelanggan yang setia dalam membeli produk converse. Maka dapat di tarik kesimpulan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap sepatu Converse pada Kalangan Generasi Milenial di Kota Manado.

### Kesimpulan

Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada kalangan generasi milenial di kota Manado.

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada kalangan generasi milenial di kota Manado.

Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu converse pada kalangan generasi milenial di kota Manado.

### Referensi

- Amstrong, G. dan Kotler, P. 2004, *Dasardasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, Jakarta; PT. Indeks Gramedia.
- Benaino, C. A., Tampi, J. R., & Tumbel, T. M. (2017). Pengaruh Harga Terhadap Usaha Meningkatkan Volume Penjualan Mobil Xenia Pada PT. Astra Daihatsu Tbk Cabang Malalayang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Converse revenue worldwide 2010-2020 | Statista. (2020). Retrieved July 22, 2021, from Statistawebsite:<https://www.statista.com/statistics/241850/sales-of-nikes-non-nike-brands-2006-2010/>
- Ghozali, I. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Administrasi Bisnis*. 6 (2) : 68-87
- Kotler, P. dan Amstrong. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jakarta:Indeks.
- Rowena, J. (2019). Pengaruh Brand Image, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kembali Pada Produk High End Make Up and Skin Care Pada Generasi

- Millenial Jakarta. Jurnal Bina Manajemen, 7(2), 161-170.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D)*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. 2014. *Strategi Pemasaran*. Edisi 3, Yogyakarta ; Andi.
- Tjiptono, F dan Charles, C. 2012. *Pemasaran Strategi. Edisi kedua*. Yogyakarta: Andi