

ANALISIS MINAT BELI KONSUMEN DAN KEUNGGULAN PRODUK FASHION PADA ANDINI COLLECTION DI MANADO*ANALYSIS OF CONSUMER BUYING INTEREST AND THE ADVANTAGES OF FASHION PRODUCTS AT ANDINI COLLECTION IN MANADO*

Oleh:
Nurlaila Sari Miha¹
Jantje Sepang²
Agus Supandi Soegoto³

^{1,2,3}Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Sam Ratulangi

Email:

¹sarymiha7@gmail.com

²jantjesevang@unsrat.ac.id

³supandi_smrt@yahoo.com

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat beli konsumen dan keunggulan produk Fashion pada toko Andini Collection. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan menggunakan prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dari ucapan atau tulisan dan perilaku objek itu sendiri. Informasiah ditentukan secara purposive para informan berjumlah 14 informan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk bisa mempertahankan usaha dalam daya saing yang ketat dan dapat memenuhi kebutuhan konsumen Toko Andini Collection harus lebih dalam penjualan dan menarik minat beli konsumen untuk berkunjung dan memilih Toko Andini Collection sebagai tempat perbelanjaan yang menyenangkan dan memuaskan.

Kata Kunci: *Minat beli, produk fashion, toko andini collection*

Abstract: *This study aims to determine consumer buying interest and the advantages of fashion products at the Andini Collection store. This research is a qualitative descriptive study using research procedures that produce descriptive data in the form of words or writings and the behavior of the object itself. The informants were determined purposively by 14 informants. The results of this study indicate that in order to be able to maintain business in a tight competitive environment and be able to meet the needs of consumers, the Andini Collection Store is more in sales and attract consumers' buying interest to visit and choose the Andini Collection store as a fun place to be fun and satisfying.*

Keywords: *Purchase interest, fashion products, Andini Collection Stores*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Persaingan bisnis saat ini semakin dinamis, kompleks, dan tidak pasti sehingga memacu para pengelola perusahaan untuk dapat berfikir secara kreatif, inovatif agar selalu memberikan diferensiasi, serta keunggulan bagi perusahaannya dibandingkan dengan para pesaingnya. Perusahaan dituntut tidak hanya sekedar mengembangkan produk yang baik, menawarkan dengan harga yang menarik, dan membuatnya mudah diperoleh oleh pelanggan yang membutuhkan. Perusahaan juga perlu mengembangkan promosi (komunikasi) pemasaran yang efektif terutama kepada para konsumen. Menurut Abdullah dan Tantri (2012:2), Pemasaran adalah suatu sistem total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan jasa baik kepada para konsumen saat ini maupun konsumen potensial.

Minat beli menjadi salah satu faktor yang menunjang dalam ilmu pemasaran selain faktor-faktor internal lainnya. Karena dengan adanya minat beli dari konsumen maka besar kemungkinan akan terbentuk loyalitas

pelanggan untuk terus membeli. Sehingga pemasaran akan terus berkembang melalui rekomendasi dari dan antar konsumen. Assael (2002) mengatakan bahwa Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merk atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen dalam melakukan pembelian.

Belakangan ini, telah banyak sekali media berita menyajikan beragam informasi menarik seputaran dunia Fashion di Negara kita Indonesia. Perkembangan Dunia Fashion yang berkiprah di Indonesia itu sendiri dapat dikatakan mengalami peningkatan di beberapa dekade terakhir. Hal ini didukung oleh berbagai sisi, baik dari sisi designer lokal yang kini semakin potensial, tingkat perekonomian yang membaik, sampai sektor ritel yang ikut serta mengalami perkembangan pesat.

Jenis Fashion yang paling cepat dalam perkembangan Dunia Fashion adalah baju karena lebih cepat pergantian modelnya dan baju merupakan item yang paling banyak dibeli oleh masyarakat dibandingkan dengan produk lainnya.

Saat ini telah banyak wirausaha-wirausaha yang membuka bisnis di bidang Fashion dan tidak bisa dipungkiri juga tingkat kualitas yang hampir sama semua, di kota Manado adalah pusat perbelanjaan yang tergolong sudah lengkap tinggal memilih atau menentukan tempat mana yang menjadi pusat perbelanjaan. Di pusat perbelanjaan *Mega Trade Center Manado (MTC)* terkenal dengan tempat perbelanjaan Fashion mulai dari pakaian, sepatu, tas, dan aksesoris. Baik untuk anak-anak kecil, orang dewasa, pria dan wanita. Tentunya dengan pesaing yang sangat ketat saat ini Toko Andini Collection yang berada di dalam *Mega Trade Center Manado (MTC)* harus di perlukan perhatian yang baik untuk para pengunjung toko Aandini Collection dari karyawan maupun pemilik, karena ketatnya pesaing dalam pusat perbelanjaan tersebut.

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai “*Analisis Minat Beli Konsumen Dan Keunggulan Produk Fashion Pada Andini Collection Di Manado (MTC)*”.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

1. Untuk mengetahui minat beli konsumen produk Fashion di Andini Collection.
2. Untuk mengetahui keunggulan produk Fashion di Andini Collection.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Secara umum manajemen pemasaran sebagai perpaduan antara ilmu dan seni menerapkan setiap fungsi manajemen dalam hal pertukaran produk, barang dan jasa yang disalurkan produsen kepada konsumen kelompok sasaran dengan cara yang memuaskan. Soegoto, (2019) secara umum memiliki tugas merangsang permintaan produk (barang dan jasa) perusahaan.

Minat Beli

Menurut Assael (2004), Minat beli merupakan kecenderungan konsumen untuk membeli suatu merek atau mengambil tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.

Perilaku Konsumen

Schiffman dan Kanuk (2000), Studi tentang bagaimana seseorang membuat sebuah keputusan untuk membelanjakan sumber daya yang mereka punya misalnya uang, waktu, dan tenaga mereka untuk mendapatkan produk yang akan dikonsumsi.

Peneliti Terdahulu

Powa (2018) dalam penelitian yang berjudul “ Pengaruh kualitas produk dan *word of mouth* terhadap minat beli konsumen Handphone pada mahasiswa FEB Unsrat”. bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, harga dan *word of mouth* berpengaruh terhadap minat beli konsumen Handphone mahasiswa FEB unsrat. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, *word of mouth* berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Nurhayati (2016) dalam penelitian yang berjudul “Analisis perilaku konsumen dalam keputusan pembelian produk kaki naga”. bertujuan untuk pemahaman penting untuk memproyeksikan permintaan konsumen

terhadap produk dan dijadikan modal penting bagi perusahaan untuk mencapai tujuan pengembangan usahanya. Hasil dari penelitian ini yaitu membuktikan bahwa keputusan pembelian konsumen sangat berdampak pada penjualan produk kaki naga.

Rorong (2018) dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh citra konsumen dan citra produk terhadap keputusan pembelian produk kosmetik viva.(studi kasus mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis jurusan manajemen angkatan 2014 unsrat)”. bertujuan untuk melihat apakah citra perusahaan, citra konsumen, citra produk dan harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil dari penelitian ini adalah citra perusahaan, citra konsumen, citra produk dan harga memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian konsumen.

Timmerman (2017) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian di texas chicken Manado”. bertujuan untuk melihat pengaruh faktor budaya, faktor sosial, faktor pribadi, dan faktor psikologi terhadap keputusan pembelian texas chicken manado. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh positif dan signifikan budaya, pribadi, sosial dan psikologi terhadap keputusan pembelian dapat diterima.

Nafali (2016) dalam penelitian yang berjudul “Analisis Faktor-faktor perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian makanan mie instan indomie”. bertujuan untuk melihat apakah faktor budaya berpengaruh terhadap keputusan pembelian makanan mie instan merk indomie. Hasil dari penelitian ini yaitu berdasarkan analisis, pembahasan dan kesimpulan tersebut menyadari bahwa faktor budaya tidak mempengaruhi keputusan pembelian indomie.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian yang bersifat kualitatif, yaitu prosedur pencatatan untuk menggambarkan atau melukiskan keadaan objek yang diteliti berdasarkan fakta yang ada, dengan cara menggambarkan secara sistematis, factual dan akurat tentang minat beli konsumen dalam membeli produk fashion.

Tempat dan waktu penelitian

Penulis melakukan penelitian pada Andini Collection Mega Trade Center Manado (MTC) yang berlokasi di kawasan megamas, Jl. Piere Tendean, Sario Tumpaan, Sulawesi Utara. Waktu penelitian dimulai dari Juni 2018 sampai januari 2019.

Populasi, Besaran Sampel dan Teknik Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan membeli produk di Andini *Collection Mega Trade Center* Manado (MTC). Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang diterapkan oleh penelitian ini dipelajari untuk ditarik kesimpulannya. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2014:91). Teknik sampling dalam penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* sehingga para informan berjumlah 14 Informan. *Purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu atau seleksi khusus (Siyoto dan Ali, 2015:66). Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2018:131).

Jenis data, Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang digunakan dalam peneliti bersifat kualitatif. Data kualitatif berupa:

1. Hasil wawancara

Wawancara akan dilakukan pada Toko Andini collection, dengan melakukan wawancara secara langsung dengan pengunjung toko Andini Collection yaitu mahasiswa, muda dan bekerja, dewasa untuk mendapatkan informasi tentang minat dan keunggulan produk.

2. Observasi

Observasi dilaksanakan untuk mengumpulkan data secara detail. Observasi dilakukan dengan mengadakan pengamatan langsung terhadap aktivitas toko tersebut. Observasi dilakukan untuk memperoleh gambaran yang nyata mengenai minat beli, dan keunggulan produk.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah pengumpulan data dengan cara mempelajari data-data yang ada dalam objek penelitian yang berguna untuk bahan analisis minat beli dan keunggulan pada toko Andini Collection, khususnya data mengenai dokumen dan catatan yang digunakan dalam minat dalam membeli dan keunggulan produk.

4. Kuesioner

Suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada konsumen Andini Collection yang disebut dengan responden yang berhubungan dengan penelitian.

Metode dan Proses Analisa

Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode deskriptif. Peneliti melakukan pengumpulan data, lalu dianalisa, selanjutnya interpretasi sehingga dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai minat beli konsumen dan keunggulan produk pada Toko Andini Collection, dan membandingkan dengan teori-teori yang berhubungan dengan minat beli konsumen dan keunggulan produk.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan analisis data dengan tahapan sebagai berikut:

1. Kumpulan data yang dibutuhkan, dilakukan dengan wawancara, observasi, dokumentasi dari kuesioner langsung. Peneliti mengumpulkan data dan informasi yang jelas terkait pengakuan konsumen.
2. Mengolah dan menganalisis data yang diperoleh. Peneliti mendiskripsikan hasil dari pengisian kuesioner, setelah itu menganalisis minat beli konsumen dan keunggulan produk pada toko Andini. Selanjutnya mengevaluasi pengakuan konsumen dengan membandingkan pengakuan pendapat yang diterapkan toko dan teori.
3. Menarik kesimpulan dan memberikan saran. Peneliti merangkum hasil analisis data yang diperoleh dan memberikan saran atas penelitian yang telah dilakukan.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Andini Collection merupakan Toko yang bergerak dibidang penjualan pakaian yang berlokasi di Jl. Piere Tendean Boulevard, Kota Manado, Sulawesi Utara. Owner dari Toko Andini Collection merupakan Ibu Andini yang namanya dibuat menjadi nama toko. Dalam Hal ini Ibu Andini mendapatkan ide untuk membuat sebuah Toko yang menjual pakaian wanita, dikarenakan dahulu selalu berdagang pakaian sehingga masuk era penjualan *Online*, dan pada akhirnya Ibu Andini memiliki toko sendiri yang bertempat di kawasan MTC Manado. Setelah melalui berbagai kendala dan tantangan Toko Andini Collection secara perlahan dan pasti sukses mempertahankan penjualan didunia fashion dan sudah dikenal luas oleh berbagai kalangan di kota manado. Berikut identitas dan hasil wawancara dengan informan:

Tabel 1. Identitas Informan

NO Kelompok	Jumlah
1. Mahasiswa	5 Orang
2. Muda dan Bekerja	5 Orang
3. Dewasa	4 Orang
Total	14 Informan

Sumber: Toko Andini Collection

Tabel 2. Hasil Wawancara dengan Informan

DAFTAR PERTANYAAN	HASIL PERTANYAAN
1. Dari mana anda mengetahui toko Andini Collection?	<p>Informan 1, Mahasiswa: Dari teman kuliah Informan 2, Mahasiswa: Dari pacar Informan 3, Mahasiswa: Dari sahabat Informan 4, Mahasiswa: kebetulan dari sepupu Informan 5, Mahasiswa: Dengar dari ibu saya Informan 6, Muda dan Bekerja: Dari om Informan 7, Muda dan Bekerja: Dari Karyawan Informan 8, Muda dan Bekerja: Dari teman Informan 9, Muda dan Bekerja: lihat dari online Informan 10, Muda dan Bekerja: dari teman kerja Informan 11, Dewasa: Dari teman Informan 12, Dewasa: Dari tetangga Informan 13, Dewasa: kebetulan pernah lihat saat ramai Informan 14, Dewasa: Iseng-iseng belanja</p>
2. Sudah berapa kali anda berkunjung dan melakukan pembelian?	<p>Informan 1, Mahasiswa: Sering saat ada barang baru Informan 2, Mahasiswa: baru sekali Informan 3, Mahasiswa: baru-baru saja sih, karena baru tau Informan 4, Mahasiswa: 2 kali mungkin Informan 5, Mahasiswa: seminggu 2 kali Informan 6, Muda dan Bekerja: Lumayan sering Informan 7, Muda dan Bekerja: sebulan 2 kali Informan 8, Muda dan Bekerja: sudah 4 kali berkunjung dan melakukan pembelian Informan 9, Muda dan Bekerja: sudah sering karena langganan Informan 10, Muda dan Bekerja: 4 kali Informan 11, Dewasa: seminggu sekali Informan 12, Dewasa: gak tentu Informan 13, Dewasa: sudah banyak kali Informan 14, Dewasa: kalau lagi jalan-jalan sering singgah</p>
3. Bagaimana minat beli anda terhadap Toko Andini Collection?	<p>Informan 1, Mahasiswa: Okelah, karena mengikuti trend sekarang Informan 2, Mahasiswa: sangat puas Informan 3, Mahasiswa: Menarik Informan 4, Mahasiswa: harus di tingkatkan Informan 5, Mahasiswa: kurang sih Informan 6, Muda dan Bekerja: lumayan lah Informan 7, Muda dan Bekerja: harus menambah promosi Informan 8, Muda dan Bekerja: harus lebih di kembangkan Informan 9, Muda dan Bekerja: gak ada masalah sih Informan 10, Muda dan Bekerja: harus lebih di perbaharui model pakainya Informan 11, Dewasa: puas Informan 12, Dewasa: bisa dikatakan cukup Informan 13, Dewasa: lumayan memuaskan Informan 14, Dewasa: cukup, tapi lebih di tingkatkan model dan kualitasnya</p>
4. Menurut anda apa keunggulan toko ini?	<p>Informan 1, Mahasiswa: produknya, harganya bisa miring Informan 2, Mahasiswa: kualitas oke pas di pakai Informan 3, Mahasiswa: pertama kualitas pakaiannya, kemudian harga Informan 4, Mahasiswa: pakaiannya bagus-bagus dan sesuai dengan perkembangan jaman Informan 5, Mahasiswa: kualitasnya beda dengan toko yang lain Informan 6, Muda dan Bekerja: mereknya oke Informan 7, Muda dan Bekerja: kualitas dan mereknya Informan 8, Muda dan Bekerja: kualitas yang membedakan toko ini dengan</p>

	yang lain Informan 9, Muda dan Bekerja: harganya terjangkau Informan 10, Muda dan Bekerja: kualitas pakaian Informan 11, Dewasa: kualitas, kalau harga sama seperti yang ditawarkan toko lain Informan 12, Dewasa: produknya oke Informan 13, Dewasa: Selalu nyaman dipakai Informan 14, Dewasa: banyak pilihan
5. Type model pakaian seperti apa yang disukai konsumen?	1. Di Toko Andini Collection memiliki banyak pilihan produk Fashion mulai dari Hijab, Blouse, Kemeja, Dress dan Terusan 2. Yang paling disukai yaitu Pakaian Muslim dan Hijab
6. Apakah anda puas dengan kualitas produk Toko Andini Collection?	Informan 1, Mahasiswa: Puas sekali, sampai mau langganan di Toko ini Informan 2, Mahasiswa: Puas Informan 3, Mahasiswa: Sangat puas Informan 4, Mahasiswa: Puas lah Informan 5, Mahasiswa: Puas, karena harga terjangkau Informan 6, Muda dan Bekerja: puas dengan kualitasnya Informan 7, Muda dan Bekerja: Cukup Informan 8, Muda dan Bekerja: Sangat memuaskan Informan 9, Muda dan Bekerja: lumayan puas Informan 10, Muda dan Bekerja: puas dengan harga dan kualitas Informan 11, Dewasa: puas dan ingin beli lagi Informan 12, Dewasa: benar-benar puas Informan 13, Dewasa: Lumayan puas Informan 14, Dewasa: sangat puas
7. Apakah anda memiliki kritik dan saran untuk toko Andini Collectin?	Informan 1, Mahasiswa: sering promosi Informan 2, Mahasiswa: tidak ada Informan 3, Mahasiswa: promosi Informan 4, Mahasiswa: harganya di kurangi Informan 5, Mahasiswa: promosi di sosial media Informan 6, Muda dan Bekerja: gak ada Informan 7, Muda dan Bekerja: bisa di antar Informan 8, Muda dan Bekerja: cukup Informan 9, Muda dan Bekerja: promosi barang yang sudah lama Informan 10, Muda dan Bekerja: di tambah pilihan yang lebih baru Informan 11, Dewasa: perbanyak ukuran besar Informan 12, Dewasa: di tambah produk lainnya Informan 13, Dewasa: gak ada Informan 14, Dewasa: promosi pakaian

Sumber: Data olahan, 2020

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian Toko Andini Collection merupakan salah satu toko yang cukup dikenal para konsumen di MTC dan merupakan salah satu toko berpengaruh dikalangan mudah serta ibu-ibu. Untuk itu Andini Collection harus lebih meningkatkan kualitas dan memperlengkap produk yang dijual. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi minat beli konsumen. Sebaliknya semakin buruk kualitas produk, maka semakin rendah pula minat beli konsumen. berarti kualitas produk andini Collection sangat berpengaruh dalam minat beli konsumen.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Minat beli konsumen adalah tahapan dimana beberapa merk yang tergabung dalam perangkat pilihan, kemudian pada akhirnya melakukan suatu pembelian pada suatu alternatif yang paling disukai atau proses yang dilalui konsumen untuk membeli suatu barang atau jasa yang didasari oleh bermacam pertimbangan (Prmono, 2012:136).

Menurut kotler (2009:6) kualitas produk dapat diklarifikasikan kedalam dua kelompok utama yaitu:

1. Barang merupakan hasil atau keluaran (*output*) berwujud fisik (*tangible*) dari proses transformasi sumber daya, sehingga bisa dilihat, diraba/disentuh, dirasa, dipegang, disimpan, dipindahkan dan mendapatkan perlakuan fisik lainnya. Ditinjau dari aspek daya tahannya terdapat dua macam barang yaitu :
 - a. Barang tidak tahan lama (*nondurable goods*) adalah barang berwujud yang biasanya habis dikonsumsi dalam satu atau beberapa kali pemakaian.
 - b. Barang tahan lama (*durable goods*) merupakan barang berwujud yang biasanya bertahan lama dengan banyak pemakaian.
2. Jasa (*service*) merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual
 Hasil dari keunggulan adalah kelebihan suatu produk. Keunggulan utama yang ada di Toko Andini Collection yaitu produk yang ditawarkan melalui *Online*, dunia digital yang semakin berkembang membuat orang beramai-ramai memilih berbelanja di Toko *Online* karena dinilai lebih praktis. Namun di Andini Collection juga masih tetap menawarkan produknya secara *offline* karena masih banyak orang-orang yang setia menjadi konsumen toko *offline* mereka. Keunggulan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen di Toko Andini Collection semakin tinggi keunggulan produk di Toko Andini Collection maka semakin tinggi minat beli konsumen.

PENUTUP

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan di atas, maka dapat ditarik kesimpulan, bahwa toko Andini Collection yang menjual produk fashion yang berada di MTC kota Manado, harus lebih berinovasi dalam menarik para konsumen untuk berbelanja di Toko Andini Collection, untuk bisa mempertahankan minat beli konsumen dalam mempertahankan usaha dalam daya saing yang ketat dan dapat memenuhi permintaan konsumen. Dengan adanya minat beli konsumen dan keunggulan produk fashion maka akan ada perkembangan lebih dalam penjualan dan menarik minat beli konsumen untuk berkunjung dan memilih Toko Andini Collection sebagai tempat berbelanja yang menyenangkan dan memuaskan.

Saran

1. Pada Toko sebaiknya meningkatkan minat beli agar menarik perhatian konsumen untuk membeli produk fashion di Toko Andini Collection.
2. Lebih memperlengkap produk yang dijual agar konsumen merasa puas
3. Dalam proses menarik pelanggan harus punya strategi yang lebih baik.
4. Penelitian berikutnya kiranya dapat memberikan masukan kepada perusahaan baik dalam hal meningkatkan minat beli konsumen, keunggulan produk dan membuat perencanaan serta produk yang ada lengkap, supaya kedepan bisa lebih maju dan lebih berkembang

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah. Thamrin., and Francis. Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Assael, H. (2002). *Consumer Behavior And Marketing Action*. Fourth Edition. Boston: PWS-Kent Publishing Company.
- Assael, H. (2004). *Consumer Behavior And Marketing Action, ' 6th Ed, Cincinnati OH; South Western College Publishing*.
- Kotler & Keller, (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 5. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga. Tanggal akses 25 November 2018.
- Nafali, M. (2016). Analisis Faktor-Faktor Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Makanan Mie Instan Indomie. *Jurna EMBA*. ISSN 2303-1174. Vol.4 No.4 Desember 2016, Hal. 984 - 992. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/14570>. Tanggal Akses 1 Desember 2018

- Nurhayati, A. (2016). Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga. *Jurnal Perikanan dan Kelautan*. Vol. VII No. 1 /Juni 2016 (66-74). <http://jurnal.unpad.ac.id/jpk/article/view/13942/6689>. Tanggal akses 1 Desember 2018.
- Powa, A. G. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Konsumen Handphone pada Mahasiswa FEB Unsrat. *Jurnal Emba*. Vol. 6, No 3 (2018). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/20082>. Tanggal akses 9 okt 2021.
- Rorong, I. L. (2018). Pengaruh Citra Konsumen dan Citra Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Viva. (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Angkatan 2014 Unsrat). *Jurnal Emba*. Vol. 6 No. 4 Sept 2018. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/download/21214/20923>. Tanggal akses 10 okt 2021.
- Schiffman dan Kanuk. (2000). Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT Indeks Gramedia. *Internet*. <https://repository.widyatama.ac.id>. Tanggal akses 5 Desember 2018.
- Siyoto, Sandu dan Ali Sodik. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Soegoto, A. S. (2019). *Manajemen Pemasara*. Halaman. Manado
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Timmerman, V. A. (2017). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian di Texas Chicken Manado. *Jurnal Emba*. Vol. 5, No. 2 Juni 2017. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/viewFile/16085/15591>.

