

**Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian
Produk Kopi Kapal Api Sachet di Kota Denpasar**

Factor Analysis of Affecting for the Decision Purchase of Kopi Kapal Api Sachet in Denpasar City

Dhea Novratena, Amna Hartiati*, I Wayan Gede Sedana Yoga

PS Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknologi Pertanian, Universitas Udayana, Kampus Bukit
Jimbaran, Badung, Kode pos : 80361; Telp/Fax : (0361) 701801

Diterima 09 Desember 2020 / Disetujui 25 Januari 2021

ABSTRACT

The purpose of this research to determine the factors that consider consumers in making purchasing decisions for Kapal Api Sachet Coffee in Denpasar and determine the dominant variables in purchasing decisions for Kapal Api Sachet Coffee. This research uses factor analysis method and data technique which is done by google form through social media, 200 questionnaires to respondents in Denpasar and 30 questionnaires in Badung Regency for validity and reliability test. The results of the analysis formed are 5 factors, namely psychological factors consisting of 10 variables with an eigenvalue of 8.891. Promotion factors are 5 variables with a total eigen value of 1.930. Product factor consists of 4 variables with a total eigenvalue of 1.779. Location factor consists of 3 variables with a total eigenvalue of 1.338. Price factor consists of 2 variables with an eigenvalue value of 1.244. When viewed from the value of the loading factor that influences consumer decisions in purchasing Kapal Api Coffee, it is in the location factor, which is available at street vendors with a loading factor value of 0.862 and available at small shops with a loading factor value of 0.799.

Keywords: *Factor Analysis, Purchasing Decision, Marketing, Coffee*

*Korespondensi Penulis:
Email: amnahartiati@unud.ac.id

PENDAHULUAN

Kopi merupakan salah satu minuman yang banyak dikonsumsi oleh masyarakat Indonesia. Kopi dijadikan sebagai komoditas andalan dalam sector perkebunan Indonesia. Tidak hanya di Indonesia saja, banyak masyarakat dunia mengolah kopi menjadi minuman bahkan makanan yang berkualitas dan memiliki harga jual. Menurut Fujioka dan Shibamoto (2008), bahwa kopi menempati urutan kedua dari semua komoditas pangan yang dikonsumsi dan diperdagangkan diseluruh dunia.

Menurut hasil survey yang dilakukan oleh Top Brand Indonesia kategori kopi bubuk berampas, index tertinggi diraih oleh kopi dengan brand Kapal Api, dengan jumlah TBI sebesar 60,7 % kemudian disusul oleh 2 pesaingnya yaitu kopi ABC dengan persentase sebesar 21,8 % dan Luwak White Coffee dengan persentase 11,6 %. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak konsumen yang masih mengkonsumsi kopi sachet Kapal Api (Survey TBI. 2019). Menurut survey lain yang dilakukan oleh Honest Docs terhadap 9.684 responden, jumlah konsumsi dan kebiasaan meminum kopi di Indonesia didominasi oleh kaum perempuan dengan persentase sebesar 65% dan disusul oleh laki – laki sebesar 35 % yang sebagian besar ada pada usia produktif yaitu usia 18–35 tahun (Honestdocs, 2019). Berdasarkan data tersebut, penulis melihat bahwa Kopi Kapal Api sachet memiliki peringkat tertinggi dari kedua pesaing nya kopi ABC dan Luwak White coffee. Ketiga merk tersebut merupakan jenis kopi sachet berampas, tetapi selalu Kopi Kapal Api yang memegang peringkat tertinggi. Berdasarkan survey tersebut masyarakat Indonesia yang mengkonsumsi kopi didominasi oleh kaum perempuan, dengan usia produktif 18 – 35 tahun, pada penelitian ini ingin diketahui juga apakah konsumen kopi Kapal Api di kota Denpasar juga didominasi oleh kaum wanita

sesuai dengan survey yang dilakukan oleh Honestdocs .

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui faktor yang dimiliki oleh Kopi Kapal Api, sehingga dapat menguasai pasar Indonesia sebagai Top Brand Indonesia dengan jumlah 60,7 % agar kiranya dapat diterapkan juga kepada setiap pengusaha kopi sachet berampas, dalam mengembangkan usaha dan produknya agar lebih diterima di masyarakat. Lokasi yang digunakan pada penelitian ini adalah kota Denpasar, selain merupakan ibukota Provinsi Bali, pada saat melakukan survey pendahuluan, kota Denpasar merupakan kota yang memiliki tingkat tenaga kerja di atas 15 tahun dengan angka yang cukup tinggi dengan berbagai macam lapangan usaha. Menurut survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali pada tahun 2019, jumlah tenaga kerja yang berusia diatas 15 tahun yang telah bekerja di kota Denpasar adalah sebesar 511.072 jiwa (Badan Pusat Statistik

Provinsi Bali.2019). Tidak hanya berdasarkan data jumlah tenaga kerja saja, berdasarkan survey yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik Provinsi Bali pada tahun 2019 mengenai tingkat konsumsi masyarakat di provinsi Bali dengan kategori makanan. Denpasar mendapatkan jumlah konsumsi tertinggi yaitu sebesar 773. 883 konsumsi per Kapita (Rupiah) (Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. 2019). Oleh karena itu, data ini dinyatakan cukup kuat oleh peneliti, untuk mendapatkan data konsumen yang pernah mengkonsumsi Kopi Kapal Api. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Analisis Faktor dan data diolah dengan menggunakan SPSS 22.0 *for* Windows. Analisis faktor memiliki tujuan untuk melakukan data summarization untuk variabel variabel yang dianalisis, yakni mengidentifikasi adanya hubungan antara variabel.

Penelitian faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian dengan

metode Analisis Faktor : adalah Jayakusumah (2011), tentang analisis faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian teh celup Sariwangi Kota Bekasi. Hasil penelitian dapat menunjukkan 8 faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian Teh Celup Sariwangi, yaitu faktor psikologis, faktor produk, faktor sosial, faktor distribusi, faktor harga, faktor promosi, faktor individu, dan faktor pelayanan. Penelitian lain yang menggunakan metode yang sama adalah Umiyati (2010), mengenai analisis faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian produk Crocs. Hasil penelitian dapat menunjukkan 4 faktor, yaitu faktor pribadi, faktor produk sosial, faktor harga, dan faktor promosi.

Berdasarkan hal tersebut maka akan dilakukan penelitian mengenai faktor – faktor yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian kopi *sachet* Kapal Api. Penelitian ini dilakukan untuk mengidentifikasi faktor apa saja yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian kopi sachet Kapal Api. Tujuan penelitian ini adalah untuk, mengetahui faktor – faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian produk kopi sachet Kapal Api dan menentukan variabel – variabel yang sifatnya dominan dan dapat mempengaruhi keputusan pembelian kopi sachet Kapal Api.

Metode Penelitian Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di daerah Kota Denpasar, Provinsi Bali dan untuk uji reliabilitas dan validitas dilakukan di Kabupaten Badung, Provinsi Bali. Waktu penelitian dilakukan dari bulan Juni 2020 – Juli 2020.

Teknik Pengambilan Populasi, dan Sampel

Pada penelitian ini, teknik pengambilan

sampel yang digunakan adalah *non probability sampling*. Teknik *non probability sampling* adalah teknik sampling yang tidak memberikan peluang ataupun kesempatan kepada setiap anggota populasi untuk dijadikan sebagai anggota sampel (Ridwan, 2015). Teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *accidental sampling*, yaitu suatu teknik pengambilan sampling pada responden secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan memenuhi kriteria sebagai sumber data. Kriteria yang dapat dijadikan sampel adalah masyarakat yang pernah mengkonsumsi Kopi Kapal Api dan berusia diatas 17 tahun dan dianggap mampu untuk mengisi kuisioner yang telah disediakan oleh peneliti, serta pernah melakukan pembelian produk minimal satu kali.

Di dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah, seluruh konsumen yang pernah mengkonsumsi Kopi Kapal Api, dan telah berumur minimal 17 tahun dan telah membeli Kopi Kapal Api minimal satu kali.

Jumlah populasi yang ada tidak diketahui secara pasti, dan dalam menentukan sampel, peneliti hanya berpedoman pada pendapat yang dikemukakan oleh Maholtra (2004) yaitu, jumlah besar sampel yang diambil ditentukan dengan cara mengalikan banyak jumlah masing masing variabel, yang diamati oleh peneliti dengan 4 atau 5 kali banyaknya item variabel yang diobservasi. Jumlah sampel yang akan digunakan pada penelitian ini adalah sebanyak 120 responden, ini berasal dari jumlah variabel yaitu 24×5 . Tetapi pada penelitian ini, jumlah responden yang diambil adalah sebanyak 200 responden, semakin banyak jumlah sampel yang digunakan maka akan memberikan hasil yang semakin baik (Purnamayanti, 2016). Penelitian ini menggunakan aplikasi *Google Form* untuk membantu peneliti dalam mengumpulkan data secara online.

Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam

penelitian ini adalah data yang bersifat primer dan sekunder. Data primer dalam penelitian ini, diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner yang dilakukan oleh dan data sekunder merupakan data yang mendukung penelitian ini, seperti pustaka, identifikasi penelitian sebelumnya, wawancara dengan para konsumen.

Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian diawali dengan melakukan studi pustaka, dilakukan dengan cara membaca pustaka, penelitian serupa, memahami dan mengidentifikasi jurnal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kemudian melakukan observasi dengan cara melakukan pengamatan secara langsung ke lokasi penelitian serta pencarian informasi secara langsung yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini dengan tujuan didapatkannya data penelitian yang lebih akurat. Selanjutnya adalah tahap penyusunan kuisioner, dengan mengajukan beberapa pertanyaan yang berkaitan dengan penelitian kepada responden yang memenuhi persyaratan untuk mengisi kuisioner tersebut dan diharapkan akan mendapatkan respon dari pertanyaan pertanyaan tersebut. Data diolah dengan menggunakan analisa kuantitatif, analisa yang dinyatakan dengan *scoring*. Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert.

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan di area Kab.Badung dengan total responden sebanyak 30 orang. Menurut Azwar (1986), yang menyatakan bahwa suatu item dikatakan valid apabila nilai signifikan lebih dari 0.05 (>0.05) yang kemudian disesuaikan dengan r tabel menurut jumlah responden (n). Pada penelitian ini, uji validitas akan diolah dengan menggunakan program SPSS dan metode *Bivariate Pearson* atau biasa disebut dengan korelasi produk momen pearson. Hasil uji reliabilitas dinyatakan *reliable* dengan nilai Cronbach's alpha $> 0,5$ (Ghozali,2006). Prosedur pengolahan data dengan menggunakan

analisis faktor menurut Elpira (2014), adalah menentukan variabel, menghitung matriks korelasi dengan menggunakan Bartlett test of spericity serta pengukuran MSA (Measure of Sampling), melakukan ekstraksi data dengan menggunakan Principal Component Analysis (PCA), menentukan jumlah faktor yang paling berpengaruh dengan melihat nilai eigen value $> 1,5$, melakukan rotasi faktor, melakukan interprestasi faktor. Variabel penelitian dinyatakan sah apabila bobot faktor yang dimiliki diatas 0,50. Interpretasi faktor yang digunakan pada penelitian ini dilakukan pada hasil rotasi faktor yang paling mudah diterprestasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisioner kepada 30 orang responden yang tinggal di kabupaten Badung, kemudian seluruh data yang diperoleh diolah dengan menggunakan SPSS versi 22.00. variabel – variabel pada kuisioner tersebut dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel dengan nilai signifikan 0,05, jumlah n pada penelitian ini adalah 30 responden, maka variabel tersebut dapat dinyatakan valid apabila hasil korelasi tersebut positif dan lebih besar dari 0,3610. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan, seluruh variabel yang digunakan pada penelitian ini mendapatkan hasil di atas 0,3610, sehingga seluruh variabel dapat dinyatakan valid. Hasil uji reliabilitas dinyatakan *reliable* dengan nilai *Cronbach's alpha* $> 0,5$ (Ghozali,2006). Dari hasil uji reliabilitas pada penelitian ini, didapatkan hasil diatas 0,931 hal ini membuktikan kuesioner yang digunakan pada penelitian ini bersifat konsisten.

Analisis Faktor

1. Nilai Determinasi Matriks Korelasi

Nilai determinasi pada penelitian ini menunjukkan angka yang mendekati 1,

yaitu $1,691 \times 10^{-6}$ ini menunjukkan bahwa masing – masing variabel terbukti saling mempengaruhi dan berkorelasi. Menurut Hasyasin (2017), nilai determinasi mendeteksi nol (0), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent lemah dan Jika nilai determinasi mendeteksi satu (1), maka pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent kuat.

2. Uji KMO (Kaiser Mayer Olkin), Uji Bartlett dan Uji MSA

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh verdian (2019), menyatakan bahwa angka yang dihasilkan oleh KMO *measure of sampling adequacy* adalah $> 0,50$ ini bertujuan agar analisis faktor dapat diproses lebih lanjut. Nilai KMO yang diperoleh pada penelitian ini adalah sebesar 0,876, dari hasil yang diperoleh dinyatakan cukup untuk menjelaskan bahwa jumlah sampel telah mencukupi dan dinyatakan cukup baik untuk dilakukan analisis faktor. Nilai Signifikan yang harus diperoleh pada uji Bartlett adalah $< 0,05$. Berdasarkan data yang

diperoleh pada penelitian ini, nilai statistik pada uji Bartlett yang diperoleh adalah sebesar 2.5000 dengan nilai signifikan sebesar 0,000.

Dari hasil uji bartlett tersebut, seluruh variabel terjadi korelasi, dan peluang kesalahan dari masing – masing variabel tidak saling independen, sehingga analisis faktor dapat dilanjutkan.

Uji MSA pada 24 variabel menunjukkan nilai $\geq 0,5$ hal ini menunjukkan bahwa dari ke 24 variabel tersebut tidak ada variabel yang harus dikeluarkan dikarenakan seluruh variabel memenuhi kriteria nilai $MSA \geq 0,5$.

3. Menentukan Jumlah Faktor

Berdasarkan data yang diolah dengan menerapkan batasan tersebut, maka diperoleh 5 faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusan pembelian Kopi Kapal Api Sachet di Kota Denpasar. Kelima faktor tersebut dapat menjelaskan seluruh varian yang terdapat di dalam data dengan persentase sebesar 63,26 %.

Tabel 1. Hasil penentuan jumlah faktor

Faktor	Eigenvalue	Percentage Of Variance	Cumulative Percentage
1	8,892	37,048	37,048
2	1,930	8,041	45,089
3	1,779	7,414	52,503
4	1,338	5,575	58,079
5	1,244	5,185	63,26

Sumber : SPSS versi 22

4. Rotasi Faktor

Rotasi faktor yang digunakan ialah rotasi varimax. Struktur dari faktor ini bentuk yang tidak sederhana, dan sulit untuk melakukan interpretasi data, sehingga perlu dilakukan rotasi faktor yang berguna untuk menyederhanakan struktur faktor sehingga mudah untuk di interpretasikan.

5. Interpretasi Faktor

Jika nilai *loading factor* kurang dari 0,4 maka faktor tersebut akan dikeluarkan, karena dianggap tidak memiliki hubungan yang erat antar variabel. Semakin tinggi nilai *loading factor* yang dihasilkan, maka akan semakin kuat juga hubungan antara variabel – variabel tersebut.

Tabel 2 . Hasil Interpretasi Faktor

Faktor	Variabel	Loading Factor	Eigenvalue
Faktor Psikologi	- Dorongan diri dalam mengkonsumsi kopi (X24)	0,724	8, 891
	- Minum Kopi sebagai suatu gaya hidup.(X18)	0, 723	
	- Pengalaman diri dalam meminum kopi (X22)	0.712	
	- Persepsi diri dalam minum kopi (X23)	0,696	
	- Kebiasaan dalam meminum kopi (X13)	0, 637	
	- Pengalaman pembelian sebelumnya (X16)	0.622	
	- Keluarga sebagai suatu referensi dalam membeli produk. (X19)	0, 613	
	- Kesesuaian dikonsumsi dengan berbagai jenis makanan (X15)	0,591	
	- Pengaruh etnis dan tradisi meminum kopi (X14)	0, 581	
	- Tingkat penghasilan konsumen Kopi Kapal Api (X17)	0, 531	
Faktor Promosi	- Promosi penjualan beli 1 gratis 1 pada produk Kopi Kapal Api (X8)	0,703	1,930
	- Pengaruh teman (X20)	0,685	
	- Rekan sekerja sebagai referensi dalam membeli produk (X21)	0,681	
	- Iklan pada produk kopi kapal api (X7)	0,657	
	- Undian Berhadiah yang diadakan Kopi Kapal Api (X9)	0, 597	
Faktor Produk	- Kopi kapal api memiliki aroma yg khas (X3)	0,777	1,779
	- Kopi Kapal Api Memiliki porsi yang cukup dalam satu kali penyajian (X2)	0,745	
	- Kopi Kapal Api memiliki rasa yang lezat (X1)	0,654	
	- Kesesuaian harga terhadap manfaat produk kopi (X4)	0,611	
Faktor Lokasi	- Tersedia di pedagang kaki 5 lima atau angkringan (X12)	0,862	1,338
	- Tersedia di toko kecil atau warung (X11)	0,799	
	- Tersedia di swalayan atau supermarket (X10)	0, 728	
Faktor Harga	- Harga menentukan kualitas (X6)	0,760	1,244
	- Harga merupakan suatu pertimbangan akhir konsumen (X5)	0,696	

Implikasi Strategi Pada Pemasaran Kopi Kapal Api Sachet

Implikasi dari strategi pemasaran pada produk Kopi Kapal Api Sachet di Kota Denpasar berdasarkan nilai *loading factor* yang dihasilkan adalah faktor lokasi dengan variabel tersedia di pedagang kaki lima atau angkringan dengan nilai *loading factor* sebesar 0,862 dan variabel tersedia di warung kecil atau grosir dengan nilai *loading factor* sebesar 0,799. Faktor lokasi merupakan faktor yang paling mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian kopi kapal api di kota denpasar.

Kemudahan konsumen dalam mendapatkan produk Kopi Kapal Api *sachet* mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian Kopi Kapal Api di Kota Denpasar, semakin mudah dijangkau

oleh konsumen untuk mendapatkan produk, maka akan semakin meningkat pula keinginan konsumen untuk membeli produk. Oleh sebab itu, perusahaan harus meningkatkan dan mempertahankan pemasaran produk Kopi Kapal Api Sachet agar tepat sasaran, yaitu mudah dijangkau oleh seluruh tempat dan berbagai kalangan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Harahap (2015), yang berjudul “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan” yang menyatakan bahwa pengaruh lokasi terhadap suatu keputusan pembelian sangat berpengaruh. Semakin mudah dijangkau maka tingkat pembelian terhadap suatu produk akan semakin meningkat pula.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka dapat kesimpulan yang dapat diambil dari hasil penelitian ini adalah :

1. Terdapat lima faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam mengkonsumsi Kopi Kapal Api sachet di Kota Denpasar, yaitu:
 - a. Faktor Psikologi, faktor satu terdiri dari 10 variabel, dengan ilai *eigenvalue* yang diperoleh dari faktor satu adalah sebesar 8,891 dengan percentage of variance sebesar 37,048%.
 - b. Faktor Promosi, terdapat lima variabel dengan toal nilai *eigenvalue* sebesar 1,930 dan percentage of variance sebesar 8,041 %.
 - c. Faktor Produk, terdapat empat variabel dengan total *eigenvalue* sebesar, 1,779 dan *percentage of variance* sebesar 7,414 %.
 - d. Faktor Lokasi, terdapat tiga variabel dengan nilai total *eigenvalue* sebesar 1,338 dan *percentage of variance* sebesar 5,575 %.
 - e. Faktor Harga, terdapat dua variabel dengan total nilai *eigenvalue* sebesar 1,244 dan *percentage of variance* sebesar 5,185 %.
2. Variabel yang memiliki sifat dominan dan paling berpengaruh pada keputusan konsumen adalah variabel tersedia di pedagang kaki lima dengan nilai *loading factor* sebesar 0,862 dan variabel tersedia di toko kecil atau wrung dengan nilai *loading factor* sebesar 0,799.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut :

- 1 Kopi Kapal Api sebaiknya lebih memperhatikan seluruh variabel dominan dari masing – masing faktor seperti dorongan dalam diri konsumen untuk mengkonsumsi Kopi Kapal Api, aroma Kopi Kapal Api yang khas, tersedia di

pedagang kaki lima dan angkringan dan variabel harga yang menentukan kualitas, dari seluruh variael dominan tersebut, diharapkan Kopi Kapal Api dapat meningkatkan kualitas dan cita rasa produk agar dapat dinikmati oleh banyak kalangan.

- 2 Salah satu variabel yang paling mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk Kopi Kapal Api Sachet di Kota Denpasar ada pada variabel tersedia di pedagang kaki lima dan tersedia di warung kecil atau grosir.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, R. 2015. Pembelajaran Sainifik untuk Implementasi Kurikulum 2013. Jakarta. PT Bumi Aksara.
- Anonimous. 2019. Badan Pusat Statistik Provinsi Bali [Internet]. Tersedia di : <https://bali.bps.go.id/dynamictable/2018/02/27/251/penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-yang-bekerja-di-provinsi-bali-menurut-kabupaten-kota-2007-2019.html>.
- Anonimous. 2020. Masyarakat Indonesia Doyan 'Ngopi', Tapi Apakah Jumlahnya Sudah Aman?. [Internet] : Tersedia di : [https:// www.honestdocs.id/ batas- minum-kopi-sehari-indonesia](https://www.honestdocs.id/batas-minum-kopi-sehari-indonesia), diakses pada 14 Maret 2020
- Azwar, S. 1986. Reliabilitas dan Validitas : Interpretasi dan Komputasi. Yogyakarta. Liberty.
- Elpira, F. 2014. Penerapan Analisis Faktor untuk Menentukan Faktor-faktor yang Mempengaruhi Mahasiswa dalam Memilih Jurusan Matematika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar. Skripsi. Tidak dipublikasikan. Universitas Islam Negeri Alaudin Makasar.

- Fujioka, K., dan T. Shibamoto. 2008. *Chlorogenic Acid and Caffeine Contents in Various Commercial Brewes Coffes. Food Chemistry*, 106 : 217-221.
- Ghozali, I. 2009. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Harahap, D.A. 2015. Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan. Medan. UISU
- Hasyasin, Y. N. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Bandung. Universitas Pasundan.
- Malhotra, N.K. 2004. Riset Pemasaran Pendekatan Terapan. Edisi Bahasa Indonesia. PT. Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta.
- Purnamayanti, N. P. I. 2016. Analisis Faktor – Faktor Bauran Pemasaran Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Sate Lilit Ikan Pada Warung Lesehan Merta Sari Pesinggahan, Klungkung. Bukit Jimbaran. Universitas Udayana
- Verdian, E. 2019. Analisis Faktor Yang Merupakan Intensi Perpindahan Merek Transportasi *Online* di Surabaya. Surabaya. Universitas Petra.