

**PENGARUH *DESIGN PACKAGING* DAN *VARIAN PRODUCT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Suatu Studi pada Konsumen Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika
Kecamatan Ciamis Kabupaten Ciamis)**

DRAFT SKRIPSI

**Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Ujian
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh**

Oleh:

MILA MILENIA

NIM. 3402180323



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH**

2022

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH *DESIGN PACKAGING* DAN *VARIAN PRODUCT* TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Suatu Studi pada Konsumen Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika
Ciamis)

Oleh :

MILA MILENIA

NIM. 3402180323

Disetujui oleh pembimbing,

Tanggal : _____

Pembimbing 1,

Pembimbing 2,

Dr. H. Oyon Saryono, Drs., M.M.

NIK. 3112770228

Dr. H. Iwan Setiawan, SE. M.M.

NIK. 3112770123

Mengetahui
Ketua Program Studi,

Dr. Nana Darna S.E, M.M.

NIK. 3112770228

ABSTRAK

Mila Milenia, NIM. 3402180323. Pengaruh *Design Packaging* dan *Varian Product* terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Ciamis). Di bawah bimbingan Dr. H. Oyon Saryono, Drs., M.M. (Pembimbing I) dan H. Iwan Setiawan, SE. M.M. (Pembimbing II).

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Design Packaging* dan *Varian Product* Terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi Pada Konsumen Toko Minimarket Andika Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh *design packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika Ciamis?; 2) Bagaimana pengaruh *varian product* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika Ciamis?; 3). Bagaimana pengaruh *packaging dan varian product* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Ciamis? Adapun Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1). Untuk mengetahui pengaruh *design packaging* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika Ciamis; 2). Untuk mengetahui pengaruh *varian product* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika Ciamis; 3). Untuk mengetahui pengaruh *Packaging dan varian product* terhadap keputusan pembelian pada konsumen produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Ciamis.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survey dengan jumlah sampel sebanyak 82 responden yaitu konsumen/pelanggan Toko Minimarket Andika Ciamis yang pemecahan masalah dalam penelitiannya dilakukan dengan menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif yang dikumpulkan melalui angket atau kuesioner dari subjek penelitian. Rancangan pengujian hipotesis menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, Koefisien Korelasi, Koefisien Determinasi, Pengujian Hipotesis (Uji t) dan pengujian Hipotesis (Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Design Packaging* dan *Varian Product* berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis dengan besarnya pengaruh 74,30% dan sisanya sebesar 46,65% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis (Uji F) *Design Packaging* dan *Varian Product* terhadap Keputusan Pembelian diketahui bahwa $F_{hitung} 23,35 > 3,11$ F_{tabel} sebesar 3,11 maka hipotesis diterima berarti terdapat pengaruh *design packaging* dan *varian product* terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian diatas bahwa semakin baik *design packaging* dan semakin baik pula *varian product* yang diberikan perusahaan maka akan semakin tinggi terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Design Packaging* dan *Varian Product* terhadap Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas berkah, rahmat dan hidayah-Nya yang senantiasa dilimpahkan kepada penulis, sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH *DESIGN PACKAGING* DAN *VARIAN PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ”** sebagai syarat untuk menyelesaikan program sarjana (S1).

Penulis menyadari dalam penyusunan Skripsi ini banyak hambatan serta rintangan yang penulis hadapi namun Alhamdulillah bisa terselesaikan dengan baik, berkat adanya bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak, khususnya kepada Bapak Dr. H. Oyon Saryono, Drs., M.M., selaku Pembimbing I dan Bapak H. Iwan Setiawan, S.E. M.M., selaku pembimbing II yang selalu memberikan bimbingan, dorongan, dan memberikan motivasi yang tinggi dalam menunjang keberhasilan selama penulisan Skripsi ini.

Selain itu pada kesempatan ini penulis juga menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Dadi, M.Si., selaku Rektor Universitas Galuh Ciamis.
2. Dr. Nudiana Mulyatini, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.
3. Ibu Elin Herlina, S.pd., M.M., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.
4. Ibu Eva Faridah, S.E., M.Si., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.
5. Bapak Mohamad Apip, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.
6. Dr. Nana Darna, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.
7. Seluruh Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.

8. Segenap pihak Toko Minimarket Andika beserta seluruh karyawan.
9. Orang tua dan seluruh keluarga besar penulis yang selalu memberikan semangat serta bantuan material yang tidak pernah bisa terbalas.
10. Teman-teman seperjuangan yang senantiasa menolong, saling mendoakan, memberikan dukungan, dan motivasi.

Atas segala kekurangan dan ketidak sempurnaan Skripsi ini, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Hanya Do'a dan ucapan terimakasih yang dapat penulis sampaikan, semoga Allah SWT membalas segala amal baik yang telah Ibu, Bapak, dan teman-teman berikan. Semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pihak khususnya bagi penulis dan umumnya bagi pihak yang membutuhkan.

Ciamis, Februari 2022

Penulis,

Mila Milenia

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah	11
1.2.1 Identifikasi Masalah	11
1.2.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis.....	13
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
HIPOTESIS	15
2.1 Kajian Pustaka.....	15
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen.....	15

2.1.1.1	Pengertian Manajemen	15
2.1.1.2	Peran-peran Manajemen	16
2.1.1.3	Fungsi-fungsi Manajemen	18
2.1.1.4	Prinsip-prinsip Manajemen	19
2.1.1.5	Unsur-unsur Manajemen	20
2.1.1.6	Tingkatan Manajemen	21
2.1.2	Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.1	Pengertian Manajemen Pemasaran	22
2.1.2.2	Fungsi Pemasaran	23
2.1.2.3	Tujuan Pemasaran	24
2.1.2.4	Ruang Lingkup Manajemen Pemasaran	27
2.1.2.5	Strategi Pemasaran	28
2.1.3	Design Packaging	29
2.1.3.1	Pengertian Design Packaging	29
2.1.3.2	Fungsi Design Packaging	30
2.1.3.3	Indikator Design Packaging	31
2.1.3.4	Faktor-faktor yang berkaitan dengan daya tarik praktis (fungsional)	33
2.1.4	Varian Product	34
2.1.4.1	Pengertian Varian Product	34
2.1.4.2	Indikator Varian Product	35
2.1.4.3	Peran Varian Product	36

2.1.5	Keputusan Pembelian	37
2.1.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian	37
2.1.5.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	38
2.1.5.3	Jenis-jenis perilaku Pembelian	39
2.1.5.4	Proses Keputusan Pembelian.....	41
2.1.5.5	Indikator Keputusan Pembelian	42
2.1.6	Penelitian Terdahulu yang Relevan	43
2.2	Kerangka Pemikiran	44
2.2.1	Pengaruh Design Packaging terhadap Keputusan Pembelian	45
2.2.2	Pengaruh Varian Product terhadap Keputusan Pembelian	46
2.2.3	Pengaruh Design Packaging dan Varian Product terhadap Keputusan Pembelian	47
2.3	Hipotesis Penelitian	49
BAB III	METODE PENELITIAN	50
3.1	Metode Penelitian yang Digunakan	50
3.2	Definisi dan Operasionalisasi Variabel	51
3.2.1	Definisi Variabel	51
3.2.2	Operasionalisasi Variabel.....	52
3.3	Populasi dan Sampel Penelitian	54

3.3.1	Populasi	54
3.3.2	Sampel	55
3.4	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	57
3.4.1	Sumber Data	57
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	58
3.5	Teknik Analisis Data	59
3.6	Lokasi dan Waktu penelitian	67
3.6.1	Lokasi Penelitian	67
3.6.2	Waktu Penelitian	68
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1	Hasil Penelitian.....	69
4.1.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	69
4.1.1.1	Profil Perusahaan	69
4.1.1.2	Visi, Misi, Logo dan Tujuan Perusahaan	71
4.1.1.3	Produk Kopi Kapal Api yang dijual di Toko Minimarket Andika Ciamis.....	72
4.1.1.4	Struktur Organisasi dan Deskripsi Pekerjaan Toko Minimarket Andika Ciamis.....	74
4.1.2	Karakteristik Responden	77
4.1.3	Deskripsi Variabel Penelitian.....	82

4.1.3.1	Deskripsi Hasil Penelitian yang diteliti Tentang Design Packaging pada Toko Minimarket Andika Ciamis	82
4.1.3.2	Deskripsi Hasil Penelitian yang diteliti Tentang Varian Product pada Toko Minimarket Andika Ciamis	95
4.1.3.3	Deskripsi Hasil Penelitian yang diteliti Tentang Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis	104
4.1.4	Hasil Pengujian Hipotesis	116
4.1.4.1	Uji Pengaruh Design Packaging terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis	116
4.1.4.2	Uji Pengaruh Varian Product terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis	123
4.1.4.3	Uji Pengaruh Design Packaging dan Varian Product terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis	130
4.2	Pembahasan	140
4.2.1	Pengaruh Design Packaging terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika	

	Ciamis	140
4.2.2	Pengaruh Varian Product terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis	143
4.2.3	Pengaruh Design Packaging dan Varian Product terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Minimarket Andika Ciamis.....	146
BAB V	SIMPULAN DAN SARAN.....	150
5.1	Simpulan	150
5.2	Saran	151
	DAFTAR PUSTAKA	153
	LAMPIRAN.....	160

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Penjualan Produk Kopi Kapal Api	8
Tabel 1.2	Hasil kuesioner Pra-Survey.....	9
Tabel 2.1	Fungsi-fungsi Manajemen	18
Tabel 2.2	Penelitian Terdahulu	43
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	52
Tabel 3.2	Data Penjualan Kopi Kapal Api Toko Minimarket Andika.....	54
Tabel 3.3	Kategori Jawaban dan cara pemberian skor angket	59
Tabel 3.4	Pedoman Untuk Menentukan Interpretasi Koefisien Korelasi	61
Tabel 3.5	Jadwal Waktu Penelitian.....	68
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	77
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	79
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	80
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan.....	81
Tabel 4.6	Interpetasi Data Untuk Setiap Pernyataan pada Toko Minimarket Andika Ciamis.....	82
Tabel 4.7	Tanggapan Responden atas Pernyataan Produk Kopi Kapal Api memiliki desain kemasan menarik	83

Tabel 4.8	Tanggapan Responden atas Pernyataan mempunyai kualitas kemasan yang baik dari kemasan produk pesaing	84
Tabel 4.9	Tanggapan Responden atas Pernyataan informasi/keterangan yang tertera pada desain kemasan Kopi Kapal Api.....	85
Tabel 4.10	Tanggapan Responden atas pernyataan produk Kopi Kapal Api memiliki warna kemasan yang menarik	86
Tabel 4.11	Tanggapan Responden atas pernyataan produk Kopi Kapal Api memiliki warna kemasan yang sesuai dengan desain produk	87
Tabel 4.12	Tanggapan Responden atas pernyataan warna kemasan produk Kopi	88
Tabel 4.13	Tanggapan Responden atas pernyataan Ilustrasi desain keamanan produk Kopi Kapal Api sangat menarik.....	89
Tabel 4.14	Tanggapan Responden atas pernyataan Ilustrasi dari produk Kopi Kapal Api berbeda dengan ilustrasi produk pesaing	90
Tabel 4.15	Rekapitulasi hasil jawaban hasil responden dan mengenai design packaging.....	91
Tabel 4.16	Interpretasi klasifikasi penilaian	94
Tabel 4.17	Tanggapan Responden atas pernyataan produk Kopi Kapal Api memiliki corak yang khas.....	94
Tabel 4.18	Tanggapan Responden atas pernyataan corak dari produk kopi Kapal api yang unik	95

Tabel 4.19	Tanggapan Responden atas pernyataan kualitas dari produk Kopi Kapal Api memiliki ketahanan produk yang baik.....	96
Tabel 4.20	Tanggapan Responden atas pernyataan kualitas dari produk Kopi Kapal Api sudah sesuai dengan harapan konsumen	97
Tabel 4.21	Tanggapan Responden atas pernyataan dari produk Kopi Kapal Api sesuai dengan standar dan kualitas yang Ditawarkan	99
Tabel 4.22	Tanggapan Responden atas pernyataan dari produk Kopi Kapal Api memiliki kemasan yang tidak mudah rusak	100
Tabel 4.23	Tanggapan Responden atas pernyataan Desain produk Kopi Kapal Api memiliki slogan yang menarik	101
Tabel 4.24	Tanggapan Responden atas pernyataan Desain produk Kopi Kapal Api memiliki kemasan praktis dan mudah dibuka.....	102
Tabel 4.25	Rekapitulasi hasil jawaban responden mengenai variabel Varian product.....	103
Tabel 4.26	Interpretasi klasifikasi penilaian	104
Tabel 4.27	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen merasa kualitas produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika sangat baik.....	106
Tabel 4.28	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen merasa kualitas produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika	

	sangat bagus	107
Tabel 4.29	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen merasa kualitas produk Kopi Kapal Api memberikan manfaat yang lebih dibandingkan dengan produk lainnya.....	107
Tabel 4.30	Tanggapan Responden atas pernyataan mendapatkan Manfaat dari membeli produk Kopi Kapal Api	108
Tabel 4.31	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen akan merekomendasikan produk Kopi Kapal Api kepada orang lain.....	109
Tabel 4.32	Tanggapan Responden atas pernyataan kopi merek Kapal Api di Toko Minimarket Andika sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen.....	110
Tabel 4.33	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen akan Melakukan pembelian kembali produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika.....	111
Tabel 4.34	Tanggapan Responden atas pernyataan konsumen akan Membeli Produk Kopi Kapal Api di Toko Minimarket Andika karena adanya pengalaman dari orang lain	112
Tabel 4.35	Rekapitulasi hasil Jawaban Responden mengenai variabel Keputusan Pembelian.....	113
Tabel 4.36	Interpretasi Klasifikasi Penilaian	114
Tabel 4.37	Bobot-bobot untuk perhitungan korelasi.....	116
Tabel 4.38	Bobot-bobot untuk perhitungan korelasi.....	123

Tabel 4.39	Bobot-bobot untuk perhitungan korelasi.....	130
------------	---	-----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	41
Gambar 2.2	Paradigma Penelitian.....	49
Gambar 4.1	Logo Kapal Api.....	72
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Toko Minimarket Andika	74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Tugas Membimbing Skripsi
Lampiran 2	Surat Balasan Tempat Penelitian
Lampiran 3	Kuesioner
Lampiran 4	Rekapitulasi Variabel
Lampiran 5	Uji t
Lampiran 6	Uji F
Lampiran 7	Hasil Analisis data Menggunakan Microsoft Excel

DAFTAR PUSTAKA

- Adirama, Aldi. 2012. “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Satria FU di Klaten*”. Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia, Vol.1, Edisi I. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Agustina Shinta. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press. Malang.
- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Penerbit Alfabeta
- Ali, W., & Listiyorini. (2013). *Pengaruh Keragaman Menu, Kualitas Produk, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian*. Diponegoro Journal of Social and Politic , 1-9.
- Balawera, A. (2013), *Green Marketing Dan Corporate Social Responsibility*
- Banjarnahor et. Al. 2021. *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Dharmmesta, B. dan Handoko, T 2011. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perilaku Konsumen*. Edisi 1, Ed BPFEUGM. Yogyakarta
- Foster, Bob dan Iwan Sidharta. 2019. *Dasar-dasar Manajemen*. Yogyakarta: Diandra Kreatif.
- Fandy Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- George R Terry dalam Afifudin 2013. “*Principles of Management*”. 5 tahun Edition. Indonesia: Pearson

- Hasibuan, Malayu SP. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Hasibuan, Susanti 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Terjemahan. Jakarta : PT. Prenhallindo
- Handayani, Tati dan Fathoni Muhammad Anwar. 2019. *Buku Ajaran Manajemen Pemasaran Islam*. Yogyakarta : Deepublish
- Harman Malau. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta
- Harminingtyas, Rudika., (2013), “*Analisis Fungsi Kemasan Produk Melalui Model View Dan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Rokok Kretek Merek Dji Sam Soe Di Kota Semarang*”, Jurnal STIE Semarang, Vol. 5, No. 2, pp. 1-18.
- Hudoyo, O. (2015). *Pengaruh Corporate Social Responsibility Terhadap Nilai Perusahaan Pada Sub Sektor Industri Metal, Pakan Ternak, Kertas, Dan Kayu Yang Terdaftar Di Bei 2009-2013*. *Business Accounting Review*, 3(2), 121-130.
- Indrasari, Meithiana. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press
- Indriani, E., Utomo, A., & Sari, C. T. (2019). Pengembangan Strategi Cluster Dan Literasi Desain Packaging Bagi Pelaku Umkm Di Kabupaten Karanganyar. *Wasana Nyata*, 3(1), 39-42.
- John C. Mowen, Michael Minor. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2012 *Manajemen pemasaran*. Edisi ke tiga belas, Jilid 2, Penerbit Erlangga : Jakarta (varian prdk)
- Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.(pngertian kptsan pmblian)
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga.
- Kotler, P. & Keller, Indrasari (2019), *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2011). *Marketing*. New Jersey: Pearson Education

- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller . 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Penerbit: Erlangga.
- Muharam Irwan, 2014. *Pengaruh Variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, UPI “YPTK”*: Padang
- Mary Parker Follet, Handoko. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Definisi dari manajemen. Journal of Management
- Malau, Harman. 2017. *Manajememn Pemasaran*. CV Alfabeta. Bandung.
- Mutoharoh, Hasiolan, L. B., & Minarsih, M. M. (2015). *Pengaruh Iklan Televisi, Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Sabun Kesehatan “Dettol”*. Journal of Management.
- Natadjaja, Listia, 2012. *Pengaruh Komunikasi Visual Antar Budaya Terhadap Pemasaran Produk Pada Pasar Ekspor Ditinjau Dari Warna Dan Ilustrasi Desain Kemasan*. NIRMANA Vol. 4, No. 2, Juli 2012: 158 – 168
- Nugroho, S., Ulkhaq, M. M., & Permadi, D. T. (2017). *Desain Kemasan Makanan Ringan Olahan pada UMKM Center Jawa Tengah dengan Metode Kansei Engineering*. Performa: Media Ilmiah Teknik Industri, 16(1).
- Nurmadhani Fitri Suyuthi. et al.2020. *Dasar-dasar manajemen : teori, tujuan dan fungsi*. Medan: Yayasan Kita Menulis
- Prasetya, I. S., & Widyawati, N. (2016). *Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi, dan Periklanan terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM), 5(7). Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller,2012, *Manajemen Pemasaran ed.Ketiga Belas* . Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Schermerhorn,J. R, Sidharta 2019. *Manajemen Pemasaran*. Tingkatan Manajemen

- Setiawan, B., & Rabuani, C. C. (2019). Pengaruh iklan dan endorser terhadap brand awareness serta dampaknya pada keputusan pembelian. *Riset*, 1(1), 001-015. Diakses tanggal 03-02-2022
- Setiawan, R. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Keputusan Pembelian Pada Pelanggan Aprilia Bakery. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 59-65. Diakses tanggal 08-02-2022
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.(kerangka pmikiran)
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.. (hipotesis)
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Titik Wijayanti, *Management Marketing Plan*. PT Elex media Komputindo, jakarta, 2012, hal 30.