

**PENGARUH *BRAND TRUST* DAN *BRAND IMAGE*  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**  
(studi pada konsumen produk *Hand sanitizer* merek Instance di Ciamis)

**DRAFT SKRIPSI**

untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi

Oleh,

**ANGGI HERDIANSYAH**  
**3402170324**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS GALUH  
2022**

## ABSTRAK

**Anggi Herdiansyah, NIM. 3402170324. “Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis)”. Dibawah bimbingan Dr. Apri Budianto, M.M. (Pembimbing I), dan Risna Kartika, S.E., M.M (pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi : 1] Bagaimana pengaruh *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis?; 2] Bagaimana pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis?; 3] Bagaimana pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis?. Adapun tujuan ini untuk mengetahui dan menganalisis: 1] pengaruh *Brand Trust* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis; 2] Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis; 3] pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis.

Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode survei deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan yaitu *Simple random sampling* dengan total sampel sebanyak 79 konsumen. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan analisis koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linear sederhana dan berganda dan uji Hipotesis menggunakan Uji signifikansi (Uji t dan Uji F).

Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa *Brand Trust* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis; *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis; *Brand Trust* dan *Brand Image* berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian produk Hand sanitizer merek Instance di Ciamis.

**Kata Kunci = *Brand Trust*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

### LEMBAR PENGESAHAN

**ABSTRAK ..... i**

**KATA PENGANTAR..... ii**

**DAFTAR ISI..... v**

**DAFTAR TABEL..... iv**

**DAFTAR GAMBAR..... v**

**BAB I PENDAHULUAN.....1**

1.1 Latar Belakang Penelitian ..... 1

1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah ..... 7

1.2.1 Identifikasi Masalah..... 7

1.2.2 Rumusan Masalah..... 7

1.3 Tujuan Penelitian ..... 8

1.4 Manfaat Penelitian ..... 8

1.4.1 Manfaat Teoritis..... 8

1.4.2 Manfaat Praktis ..... 8

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN**

**HIPOTESIS .....10**

2.1 Kajian Pustaka..... 10

2.1.1 Ilmu Manajemen ..... 10

2.1.1.1 Pengertian Manajemen ..... 10

2.1.1.2 Tingkatan Manajemen ..... 11

2.1.1.3 Fungsi-fungsi Manajemen ..... 12

2.1.1.4 Bidang Manajemen .....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.2.2 Fungsi Manajemen Pemasaran .....	16
2.1.2.3 Lingkup Pemasaran.....	17
2.1.2.4 Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	18
2.1.3 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	20
2.1.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	20
2.1.3.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek) .....	22
2.1.3.3 Indikator Kepercayaan Merek .....	23
2.1.4 Citra Merek ( <i>Brand image</i> ).....	24
2.1.4.1 Pengertian Citra Merek ( <i>Brand image</i> ) .....	24
2.1.4.2 Faktor-faktor yang Membentuk <i>Brand image</i> .....	25
2.1.4.3 Indikator Citra Merek ( <i>Brand image</i> ).....	26
2.1.5 Keputusan Pembelian .....	27
2.1.5.1 Pengertian Keputusan Pembelian .....	27
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian .....	30
2.1.5.3 Tingkatan Keputusan Pembelian .....	32
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian.....	34
2.1.6 Hasil Penelitian Terdahulu .....	34
2.2 Kerangka Pemikiran.....	38
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	38

2.2.2 Pengaruh <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian .....	39
2.2.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.3 Hipotesis .....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
3.1 Metode Penelitian yang digunakan .....	43
3.2 Definisi dan Operasionalisasi Variabel.....	44
3.2.1 Definisi Variabel.....	44
3.2.2 Operasionalisasi Variabel .....	45
3.3 Populasi dan Sampel .....	47
3.3.1 Populasi .....	47
3.3.2 Sampel .....	47
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Sumber Data .....	49
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	49
3.5 Teknik Analisis Data.....	50
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	59
3.6.1 Tempat Penelitian .....	59
3.6.2 Waktu Penelitian.....	59
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
4.1 Hasil Penelitian .....	60
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	60
4.1.1.1 Profil Singkat Instance <i>Hand sanitizer</i> .....	60

4.1.1.2 Jenis dan Ukuran Instance <i>Hand Sanitaizer</i> .....	61
4.1.2 Karakteristik Responden .....	62
4.1.3 Deskripsi Variabel yang Diteliti .....	64
4.1.3.1 Deskripsi Tentang Mengenai <i>Brand Trust</i> Produk <i>Hand sanitizer</i> merek Instance .....	64
4.1.3.2 Deskripsi Tentang Mengenai <i>Brand Image</i> Produk <i>Hand sanitizer</i> merek Instance .....	76
4.1.3.3 Deskripsi Tentang Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	85
4.1.4 Hail Pengujian Hipotesis .....	97
4.1.4.1 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	97
4.1.4.2 Hasil Penelitian Tentang Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	104
4.1.3.3 Hasil Penelitian Tentang <i>Brand Trust</i> dan <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	111
4.2 Pembahasan .....	120
4.2.1 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap Keputusan pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	120

4.2.2 Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	120
4.2.3 Pengaruh <i>Brand trust</i> dan <i>Brand image</i> Terhadap Keputusan pembelian Produk <i>Hand Sanitizer</i> Merek Instance .....	124
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>127</b>
5.1 Simpulan.....	127
5.2 Saran.....	127
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>129</b>
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN.....</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Pra Survey Keputusan Pembelian Merek Instance <i>Hand Sanitizer</i> di Ciamis.....	4
Tabel 2.1 Fungsi-fungsi Manajemen.....	12
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu .....	35
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....	45
Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban.....	50
Tabel 3.3 Intepretasi Koefisien Korelasi.....	57
Tabel 3.4 <i>Time Schedule</i> .....	59
Tabel 4.1 Karakteristik Repsonden Berdasarkan Jenis Kelamin <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.4 Interpretasi Jawaban Responden .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.5 <i>Hand sanitizer</i> Merek Instance Memenuhi Harapan Konsumen ... <b>Error! Bookmark not defined.</b>	
Tabel 4.6 <i>Hand sanitizer</i> Merek Instance Tidak Pernah Mengecewakan Konsumen.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.7 Konsumen Merasa Yakin Terhadap <i>Hand sanitizer</i> Merek Instance .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>



- Tabel 4.8 *Hand sanitizer* merek Instance memberi jaminan kepuasan terhadap konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 *Hand sanitizer* merek Instance merupakan merek yang berkualitas .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Konsumen dapat mengandalkan *Hand sanitizer* merek Instance untuk digunakan setiap hari .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 *Hand sanitizer* merek Instance berusaha untuk selalu memuaskan konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 *Hand sanitizer* merek Instance memberi kompensasi dengan beberapa cara ketika terjadi masalah dengan produk..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 *Hand sanitizer* merek Instance mampu mengutamakan kepentingan konsumen ketika terjadinya masalah dalam konsumsi produk secara tidak terduga .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 *Hand sanitizer* merek Instance selalu memberikan penawaran produk yang jujur .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Rekapitulasi Kuesioner Tentang *Brand Trust Produk Hand Sanitizer Merek Instance* .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Pedoman Interpretasi Tentang *Brand Trust* ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 *Hand sanitizer* merek Instance sudah dikenal banyak orang ..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.18 *Hand sanitizer* merek Instance mudah diingat banyak konsumen **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.19 *Hand sanitizer* merek Instance memberikan kesan positif pada

konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.20 *Hand sanitizer* merek Instance memberikan manfaat untuk

konsumen.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.21 *Hand sanitizer* merek Instance mempunyai citra yang baik ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.22 *Hand sanitizer* merek Instance memuaskan konsumen ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.23 Konsumen merasa senang saat menggunakan *Hand sanitizer* merek

Instance.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.24 Adanya keinginan konsumen untuk menggunakan *Hand sanitizer*

merek Instance.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.25 Rekapitulasi Kuesioner *Brand Image* Produk Instance *Hand*

*Sanitizer* .....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.26 Pedoman Interpretasi Tentang *Brand Image* ..... **Error! Bookmark not**

**defined.**

Tabel 4.27 Konsumen membeli *Hand sanitizer* merek Instance karena adanya

kebutuhan.....**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.28 Konsumen membeli *Hand sanitizer* merek Instance sesuai dengan

keinginan .....**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.29 Konsumen membeli Hand sanitizer merek Instance karena  
berkualitas.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Setelah melihat-lihat produk yang sejenis konsumen lebih memilih  
Hand sanitizer merek Instance.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Konsumen memutuskan membeli Hand sanitizer merek Instance  
setelah membandingkan dengan toko yang lain .. **Error! Bookmark not  
defined.**
- Tabel 4.32 Jika membutuhkan Hand sanitizer merek Instance lagi akan membeli di  
Swalayan atau minimarket.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Pemilihan waktu sangat dibutuhkan dalam memutuskan pembelian  
.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.34 Konsumen membutuhkan waktu yang relatif singkat untuk  
memutuskan membeli Hand sanitizer merek Instance**Error! Bookmark  
not defined.**
- Tabel 4.35 Pilihan metode atau cara pembayaran diperlukan dalam keputusan  
pembelian.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.36 Untuk membeli Hand sanitizer merek Instance dapat melalui  
keberagaman metode pembayaran.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.37 Rekapitulasi Kuesioner Keputusan Pembelian Produk *Hand Sanitizer*  
Merek Instance .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.38 Pedoman Interpretasi Tentang Keputusan Pembelian**Error! Bookmark  
not defined.**
- Tabel 4.39 Rekapitulasi Hasil Analisis Deskriptif..**Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4.40 Data *Brand Trust* ( $X_1$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.41 Data *Brand Image* ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y) ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.42 Data *Brand Trust*, *Brand Image* dan Keputusan Pembelian ..... **Error!**

**Bookmark not defined.**

Tabel 4.43 Tabel Rekapitulasi Hasil Penelitian ..... **Error! Bookmark not defined.**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Bidang Manajemen .....	14
Gambar 2.2 Paradigma Penelitian.....	41

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

Lampiran 3 Rekap Data Kuesioner

Lampiran 4 T Tabel

Lampiran 5 F Tabel

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David A. dalam Aris Ananda. 2011. *Manajemen Ekuitas Merek: Memanfaatkan Nilai Dari Suatu Merek*. Spektrum Mitra Utama. Jakarta.
- Adiwidjaja, Adrian J. Tarigan, Zeplin J.W. 2017. *Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse*. Jurnal Pemasaran, Vol. 5, No.3.
- Aeni, N. and Ekhsan, M., 2021. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian yang di Mediasi Brand Trust*. *Jesya*. (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah), 4(1), pp.377-386.
- Andari, P., & Sumiyarsih, S. 2021. *Pengaruh Brand Image, Brand Trust , dan Strategi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk AMDK merek OXGNDW (OXY)*. *Value : Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 16(1), 35 - 52. <https://doi.org/10.32534/jv.v16i1.1591>
- Badrudin. 2014. *Dasar-dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta
- Budianto, Apri. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Revisi. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Effendi, Usman. 2014. *Asas Manajemen*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fauziah, Suci. 2016. *Pengaruh Brand Trust dan Brand Equity terhadap Loyalitas Konsumen pada Produk Kosmetik Wardah (Survey Konsumen pada PT. Paragon Technology And Innovation Cabang Pekanbaru)*. *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, vol. 3, no. 2, Oct. 2016, pp. 1-9
- Febrianti, N., 2018. *Pengaruh Word Of Mouth, Brand Image, Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Mio (Studi pada Konsumen yang Membeli Yamaha Mio di PT. Yamaha Mataram Sakti Cabang Purworejo)*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(2), pp.24-34.
- Gecti, Fatih, and Zengin. Hayrettin. 2013. *The Relationship Between Brand Trust, Brand Affect, Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty : A Field Study Towards Sprots Shoe Consumers in Turkey*. *International Journal of Marketing Studies* : Vol. 5. No. 2.
- Handoko, T. Hani. 2011. *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE
- Hasibuan, Malayu Sp. 2012. *Manajemen SDM. Edisi Revisi, Cetakan Ke. Tigabelas*. Jakarta : Bumi Aksara.
- <https://lifestyle.bisnis.com/>

<https://www.bbc.com/>

- Husein Umar. 2019. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Indira, W., Ayu, I. D., & Tantri, M. 2020. *Penyadaran Protokol Kesehatan Dan Pelestarian Budaya Selama Pandemi Melalui Kegiatan KKN di Desa Ped Nusa Penida*. SEGARA WIDYA: Jurnal Hasil Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat, 8(2), 114–119.
- Insan, Iqra Allamal dan Ramli, Ramli. 2019. *Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian Produk Cepat Saji Pada Kentucky Fried Chicken Mtos Di Makassar*. Jurnal Brand ISSN 2715-4920
- Junia, Y.I., 2021. *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Pocari Sweat di Jakarta*. Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan, 5(4), pp.360-363.
- Karimah, Rizky dan Gunandi, Wasis. 2021. *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Berat Motor Grader Merek Sem Di Pt Tri Swardana Utama*. JIMEN Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen VOL. 2, NO. 1
- Khasanah, Ningim, et al. 2021. *Development of Hand sanitizer Formulated with Essential Oil from Piper betle Grown in Yogyakarta, Indonesia*. Nat. Volatiles & Essent. Oils, 2021; 8(5): 12816-12827
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran ed. Ketiga. Belas*. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1. & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mahmood, Yesintha Amelia, et al. 2021. *Perbedaan Efektivitas Hand-Sanitizer Dengan Cuci Tangan Menggunakan Sabun Sebagai Bentuk Pencegahan Covid-19*. Jambura Journal of Health Sciences and Research Vol 2 No 2
- Pratiwi, D. and Rachmi, A., 2021. *Pengaruh Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Marcks (Studi Pada Mahasiswa Prodi D4 Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang)*. Jurnal Aplikasi Bisnis, 6(1), pp.121-124.
- Putri, E.T., Widyastuti, S., Badi, S. and Djoharsjah, T., 2021. *Pengaruh Faktor Pendorong Pemilihan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perawatan Wajah Serta Implikasi Pada Loyalitas Konsumen Remaja*. J Bisnis dan Komun, 6(1), pp.62-70.



- Rizan, M. 2011. *Pengaruh Citra Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek: Survei Pelanggan Lux Cair Di Carrefour Mt. Haryono*. Jurnal Ilmiah Econosains, 9(1), 10-20. <https://doi.org/10.21009/econosains.0091.02>
- Sangadji, Etta Mamang & Sopiha. 2013. *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Saputra, R. and Karneli, O., 2018. *Pengaruh Iklan dan Citra Merek terhadap Minat Beli Konsumen Produk Merek Honda (Survei Konsumen pada Dealer CV. Cempaka Motor di Kabupaten Sijunjung)*. (Doctoral dissertation, Riau University).
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. *Consumer Behaviour (10th ed)*. New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Malang :Universitas. Brawijaya Press
- Siregar. Syofian. 2017. *Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Siswanto. 2011. *Manajemen Tenaga Kerja Indonesia Pendekatan. Administratif dan Operasional*. Jakarta: Bumi Aksara
- Solihin. 2009. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Erlangga
- Soltani, Morteza et all. 2016. *The Effect of Service Quality on Private Brand Image And Purchase Intention in The Chain Store of ETKA*. Journal World Scientific News 47 (2), 202-216.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, L.A., 2021. *Analisis Faktor Eksternal Dan Internal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand sanitizer Di Masa Pandemi Covid-19*. SIMAK, 19(02), pp.287-311.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Pemasaran Jasa*. Malang, Indonesia: Bayumedia.

