

Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Truk Coltdiesel Mitsubishi Fuso Canter Di Kabupaten Mojokerto

Moh Arif Fakhruddin Dan Muhammad Edwar

Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Jurusan Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi,
Universitas Negeri Surabaya
e-mail: via.arief@yahoo.co.id

Abstrak: dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan barang dan jasa yang semakin tinggi pada konsumen, perusahaan membutuhkan alat angkut guna menunjang sarana transportasi serta mobilitas barang, untuk pemenuhan kebutuhan alat angkut berupa truk, maka konsumen dalam memutuskan pembelian truk dengan mempertimbangkan citra merek dan harga. penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiesel mitsubishi fuso canter. jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang telah membeli truk coltdiesel mitsubishi fuso canter dengan jumlah 33 responden yang diambil dengan menggunakan teknik sampling jenuh. instrumen penelitian yang digunakan adalah angket dan dianalisis dengan regresi linier berganda. hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa; terdapat pengaruh positif signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiesel mitsubishi fuso canter; terdapat pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiesel mitsubishi fuso canter; terdapat pengaruh secara simultan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiesel mitsubishi fuso canter.

kata kunci: citra merek, harga, keputusan pembelian dan truk coltdiesel mitsubishi fuso canter

Abstract: in the activities of the fulfillment of goods and services are higher on consumers, companies need a means of conveyance to support transportation and the mobility of goods, to meet the needs of transport equipment such as trucks, then consumers in their purchasing decisions by considering the truck's brand image and aims harga. penelitian to determine the effect of brand image and price of the purchasing decision COLTDIESEL truck mitsubishi Fuso canter. Type of research is quantitative research. Population in this study is consumers who have purchased COLTDIESEL truck Mitsubishi Fuso canter with the number of 33 respondents drawn using sampling techniques saturated. The research instrument was a questionnaire and analyzed by linear regression. The results in this study show that; there is a significant positive influence on purchase decisions brand image COLTDIESEL truck Mitsubishi Fuso canter; there is a significant positive influence on purchase decisions price COLTDIESEL truck Mitsubishi Fuso canter; there is a simultaneous influence brand image and price of the purchasing decision COLTDIESEL truck Mitsubishi Fuso canter.

keywords: brand image, price, purchase decision

pendahuluan

peningkatan kebutuhan saat ini tidak terbatas membuat setiap individu berusaha memenuhi setiap kebutuhannya. begitu pula perusahaan dan pelaku bisnis dalam menangkap peluang bisnis yang ada karena tingginya permintaan kebutuhan manusia yang

semakin lama semakin tak terbatas mendorong perusahaan perusahaan untuk menawarkan pemenuhan kebutuhan konsumen. dalam kegiatan pemenuhan kebutuhan barang pada konsumen yang tinggi, akan barang dan jasa perusahaan membutuhkan sebuah alat angkut guna menunjang

sarana transportasi serta mobilitas barang untuk pemenuhan kebutuhan. dalam hal ini alat angkut yang dibutuhkan oleh pelaku bisnis atau perusahaan kelas menengah yang mobilitas barangnya cukup tinggi dari satu wilayah ke wilayah lainnya membutuhkan truk kelas menengah yaitu *light heavy duty* dalam memenuhi kebutuhannya .

selain dari citra merek, harga juga memberi daya tarik terhadap suatu harga, serta salah satu faktor yang perlu mendapatkan perhatian serius pengembangan harga baru karena konsumen saat ini tidak sedikit yang mempersoalkan masalah harga yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. jumlah pengendara truk semakin banyak karena merupakan alat transportasi yang penting dan mudah untuk mobilitas masyarakat. truk merupakan trend dan fenomena baru yang menggabungkan alat transportasi dan y dimana sekarang ini menjadi trend populer dan diminati masyarakat karena memiliki kelebihan seperti mudah dikendarai dan nada unsur gaya (lifestyle khususnya pada masyarakat kabupaten Mojokerto yang sekarang ini mulai tertarik pada truk dan trend yang berkembang yaitu truk kuat.

mitsubishi fuso canter meluncurkan truk kuat terbaru truk coltdiesel mitsubishi fuso canter hadir dengan standar kualitas global serta mengusung konsep desain full fairing terbaru yang terinspirasi dari varian tertinggi truk mitsubishi fuso, yakni mitsubishi fuso. tampilannya terlihat semakin agresif dengan nuansa lampu depan ganda (dual keen eyes headlight terbaru ini memberikan kesan semakin tangguh, cover body samping dan body belakang tampil dengan desain yang agresif dan y. harga mitsubishi fuso mampu mempertahankan kontribusinya terhadap penjualan terutama di segmen . truk coltdiesel mitsubishi fuso canter sejak pertama kali diluncurkan sudah memiliki tempat di hati para pecinta truk . truk coltdiesel mitsubishi fuso canter diciptakan untuk memenuhi selera populer yang y dan untuk mempertahankan keberadaannya sebagai trendsetter truk di kalangan populer. mitsubishi fuso salah satu perusahaan truk terbesar di Indonesia menghasilkan harga truk memberikan kenyamanan, keamanan, keiritan dalam berkendara truk dapat diunggulkan dengan para pesaingnya.

citra merek pada truk coltdiesel mitsubishi fuso canter yang dibangun pada benak konsumen di dealer

mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto yaitu: kekuatan asosiasi merek, pengetahuan dan penilaian seorang konsumen tentang sejauh mana konsumen dapat mengingat truk coltdiesel mitsubishi fuso canter sebagai truk yang dikeluarkan mitsubishi fuso. kekuatan dari asosiasi merek ini dapat diukur dengan popularitas dan kredibilitas truk coltdiesel mitsubishi fuso canter seperti halnya nyaman untuk dikendarai, truk yang sudah terkenal memiliki kualitas terbaik dikelasnya, harga jual kembali yang tinggi. kemudian keuntungan asosiasi merek yaitu dimana konsumen percaya bahwa atribut dan manfaat yang diberikan oleh merek akan dapat memenuhi atau memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka seperti halnya: irit bahan bakar, bertenaga besar, spare part yang mudah didapat. keunikan asosiasi merek merupakan suatu keunggulan yang akan membedakan perusahaan dengan pesaingnya seperti halnya: truk coltdiesel mitsubishi fuso canter hanya memiliki electric starter saja sehingga tidak repot menghidupkan mesin dengan elektrik starter, rangka sasis truss frame yang kuat namun ringan untuk memaksimalkan kesempurnaan bermanuver.

harga pada truk coltdiesel mitsubishi fuso canter sesuai dengan trend dan keinginan para konsumen saat ini yang menginginkan truk full fairing layaknya truk , knalpot truk coltdiesel mitsubishi fuso canter memiliki desain lebih ramping dan panjang serta dilengkapi denganudukan untuk sensor o2 pada bagian leher knalpot, cover body juga tampil dengan desain yang lebih agresif dan y. peneliti memilih dealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto merupakan main dealer resmi mitsubishi fuso yang ada di Mojokerto, selain itu lokasi yang berada di Jl. Basuni No 56 letaknya yang strategis yaitu di wilayah Jalan Protokol yang selalu dilewati oleh masyarakat Mojokerto dan dekat dengan rumah penduduk sehingga mudah ditemukan. selain itu dealer ini merupakan dealer dengan penjualan No. 1 dan terbesar di Kabupaten Mojokerto. dengan adanya hal tersebut membuat konsumen lebih berminat untuk membeli harga mitsubishi fuso di dealer tersebut.

berdasarkan latar belakang yang telah disusun sebelumnya untuk itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiesel mitsubishi fuso canter**

kajian pustaka

perilaku konsumen

menurut kotler dan keller (2007) menyatakan suatu perangkat proses psikologis berkombinasi dengan karakteristik konsumen tertentu untuk menghasilkan proses keputusan pembelian.

menurut peter dan olson (2010) sebagai interaksi yang dinamis mengenai perasaan, kognisi, perilaku dan lingkungan dimana individu melakukan pertukaran dalam aspek kehidupannya.

keputusan pembelian

menurut kotler dan keller (2009) keputusan pelanggan secara penuh merupakan suatu proses yang berasal dari semua pengalaman mereka dalam pembelajaran, memilih, menggunakan dan bahkan menyingkirkan suatu harga.

sedangkan tjiptono (2008) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya mencari informasi mengenai harga atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

schifmann dan kanuk (2007) keputusan pembelian merupakan proses kepemimpinan pendapat dimana seorang secara informasi mempengaruhi tindakan atau sikap orang lain, yang orang lain tersebut mungkin merupakan para pencari pendapat atau semata-mata hanya menerima pendapat.

citra merek

menurut tjiptono (2004:49) citra merek yaitu deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu sejumlah teknik kuantitatif telah dikembangkan untuk membantu mengungkap persepsi dan asosiasi konsumen terhadap sebuah merek tertentu di antaranya multidimensional scaling, projection techniqueness, dan sebagainya.

keller (2003) menjelaskan bahwa citra merek merupakan persepsi tentang sebuah merek yang dicerminkan oleh asosiasi merek (brand associations) yang ada didalam ingatan konsumen.

menurut rangkuti (2009:160) sekumpulan asosiasi merek yang terbentuk dan melekat di benak konsumen. konsumen yang terbiasa menggunakan

merek tersebut cenderung memiliki konsisten terhadap citra merek.

harga

harga merupakan salah satu faktor penting dari sisi penyedia jasa untuk memenangkan suatu persaingan dalam memasarkan produknya. oleh karena itu harga harus ditetapkan. menurut ferdinand (2000:104) harga merupakan salah satu variabel penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, karena berbagai alasan. alasan ekonomis akan menunjukkan harga yang rendah atau harga terlalu berkompetisi merupakan salah satu pemicu penting untuk meningkatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indikator kualitas dan karena itu dirancang sebagai salah satu instrumen penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.

hipotesis

h_{a1} = terdapat pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto

h_{01} = tidak terdapat pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto

h_{a2} = terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto

h_{02} = tidak terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto

h_{03} = terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi di Mojokerto

h_{03} = tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter studi pada dealer mitsubishi fuso srikandi di Mojokerto

metode penelitian

penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang merupakan penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. sugiyono (2013) menyatakan penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang digunakan untuk meneliti data populasi dan sampel tertentu dengan menggunakan instrumen penelitian sebagai pengumpulan data, analisis data pun bersifat kuantitatif / statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan. penelitian ini menggunakan dua macam variabel yaitu citra merek dan harga sebagai variabel bebas (x) dan keputusan pembelian (y), adapun rancangan penelitian yang dibuat peneliti untuk mengetahui apakah citra merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter

populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter di dealer srikandi truk mojokerto yang setiap bulan rata-rata penjualan adalah sebanyak 33 truk. teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik sampling jenuh yang bila semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. penentuan jumlah sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini sebanyak 33 responden. teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, wawancara, dan penyebaran angket. angket disebarikan kepada 33 responden yang berisi tentang karakteristik demografi responden dan item-item pernyataan tentang variabel penelitian.

skala pengukuran yang digunakan adalah skala likert. skala pada penelitian ini merupakan skala dengan empat pilihan (sangat tidak setuju=1, tidak setuju=2, setuju=3, dan sangat setuju=4). dengan empat pilihan ini, diharapkan mampu mengungkap perbedaan sikap responden lebih akurat. skala netral dihapuskan karena dengan adanya skala netral mengakibatkan responden lebih memiliki kecenderungan untuk memilih alternatif tengah atau netral terutama bagi responden yang ragu-ragu dalam memilih jawaban dan hal ini dianggapnya sebagai pilihan yang aman.

teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. setelah melalui uji validitas, diketahui bahwa semua item-item pernyataan dalam indikator untuk variabel citra merek, harga dan keputusan pembelian memiliki nilai $\text{sig}_{\text{hitung}} < 0,05$. hal

tersebut menunjukkan bahwa indikator dari masing-masing variabel dinyatakan valid, sehingga layak digunakan sebagai alat pengumpulan data. setelah melalui uji reliabilitas, diketahui bahwa nilai cronbach's alpha untuk masing-masing variabel memiliki nilai $> 0,60$ sehingga dapat dinyatakan bahwa item-item pernyataan yang digunakan sudah reliabel dan layak digunakan untuk pengumpulan data.

hasil dan pembahasan

gambaran umum pt..kramayudha mitsubishi fuso truk

pt..kramayudha mitsubishi fuso truk merupakan pelopor industri truk di indonesia. didirikan pada 11 juni 1971 dengan nama pt. federal truk. pt..kramayudha mitsubishi fuso truk .kramayudhasaat ini memiliki kapasitas hargasi 5,3 juta unit trukper-tahunnya, salah satu puncak prestasi yang berhasil diraih pt..kramayudha mitsubishi fuso truk adalah pencapaian hargasi 40 juta pada tahun 2013. prestasi ini merupakan prestasi yang berhasil diraih oleh industri trukdi indonesia bahkan untuk tingkat asean. guna menunjang kebutuhan serta kepuasan pelanggan trukmitsubishi fuso, saat ini pt..kramayudha mitsubishi fuso truk .kramayudhadidukung oleh 1.800 showroom penjualan, 3.600 layanan servis, atau bengkel mitsubishi serta 7.550 gerai suku cadang yang siap melayani jutaan pengguna trukdi indonesia. citra merek truk coltdiersel mitsubishi fuso canter merupakan varian terbaru untuk jenis truk di indonesia. truk coltdiersel mitsubishi fuso canter ditujukan bagi kalangan soper untuk menunjang aktivitasnya sehari-hari, sekaligus untuk memenuhi permintaan pasar terhadap type truk yang terus meningkat. truk coltdiersel mitsubishi fuso canter secara khusus dipersembahkan kepada generasi muda yang berjiwa muda, aktif dan y. truk coltdiersel mitsubishi fuso canter dikreasikan sebagai sepeda yang nyaman untuk dikendarai, truk yang sudah terkenal, irit bahan bakar, spare part yang mudah didapat, memiliki kualitas yang tinggi, bertenaga besar dan harga jual kembali yang tinggi khususnya pada masyarakat kabupaten mojokerto yang saat ini trend yang berkembang yaitu truk kuat layaknya trukdi ajang . harga truk coltdiersel mitsubishi fuso canter layaknya truk full fairing yang terinspirasi oleh varian

tertinggi truk besar mitsubishi fuso , desain lampu depan ganda (dual keen eyes headlight membuat tampilan semakin agresif dan mewah, knalpot yang disematkan pada truk coltdiersel mitsubishi fuso canter memiliki bentuk yang rapid an panjang serta dilengkapi dengan kedudukan sensor o2 pada bagian leher knalpot, cover body samping dan cover body belakang juga tampil dengan desain yang lebih agresif dan y. desain truk coltdiersel mitsubishi fuso canter menjawab akan trend dan keinginan konsumen khususnya soper yang berjiwa pemberani, y, dan stylish pada harga trukfull fairing. para harga pesaing tentunya juga melihat peluang ini dan berlomba-lomba meluncurkan harga trukfull fairing, namun demikian harga truk coltdiersel mitsubishi fuso canter mempunyai ciri khas tersendiri dan sudah melekat di benak konsumen bahwasanya harga mitsubishi fuso terkenal dengan selera konsumen. untuk mempertahankan keberadaannya di kalangan soper. pt..kramayudha mitsubishi fuso truk membekali truk coltdiersel mitsubishi fuso canter dengan berbagai pilihan warna, berikut pilihan warna truk coltdiersel mitsubishi fuso canter: new repsol edition, three colours, champion red dan speedy black.

hasil uji simultan (uji f

uji f menurut ghozali (2007) pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel dependen. uji fdigunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu citra merek dan harga secara bersama-sama (simultan memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

berdasarkan hasil anova atau ftest, maka dapat diperoleh f_{hitung} 731.705 dengan tingkat signifikansi 0,000. oleh karena probabilitas jauh lebih kecil daripada 0,05 ($0,000 < 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa h_01 ditolak dan h_a1 diterima.

kesimpulan : “terdapat pengaruh citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto ” terbukti akan kebenarannya atau dengan kata lain variabel citra merek dan harga secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

hasil uji parsial (uji t

menurut ghozali (2007) uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. uji t digunakan untuk mengetahui hubungan variabel bebas yaitu citra merek dan harga secara parsial memiliki pengaruh atau tidak terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan uji t adalah sebagai berikut:

- nilai t_{hitung} pada variabel citra merek (x_1) adalah sebesar 7,978 dengan signifikansi 0,000. karena tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka h_02 ditolak dan h_a2 diterima.

kesimpulan: “terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto ” terbukti akan kebenarannya atau dengan kata lain variabel citra merek secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

- nilai t_{hitung} pada variabel harga (x_2) adalah sebesar 6,704 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ maka h_03 ditolak dan h_a3 diterima. kesimpulan: “terdapat pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk Mojokerto ” terbukti akan kebenarannya atau dengan kata lain variabel citra merek secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

pembahasan

dari kedua variabel independen yang diuji secara individual yang paling dominan dalam melakukan keputusan pembelian adalah citra merek dengan koefisien 0, 7,978. variabel berikutnya yang memiliki peran yang sangat kecil dalam mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga dengan koefisien 0,6704. dari kedua variabel independen penelitian berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer

mitsubishi fuso srikandi truk mojosari .

kesimpulan dan saran

a. kesimpulan

berdasarkan pembahasan dari hasil analisis data pada bab iv, dapat disimpulkan bahwa:

1. terdapat pengaruh secara simultan atau bersama-sama citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk mojosari .
2. terdapat pengaruh positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk mojosari .
3. terdapat pengaruh secara simultan positif dan signifikan citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian truk coltdiersel mitsubishi fuso canter didealer mitsubishi fuso srikandi truk mojosari .

b. saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, saran yang diberikan adalah:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh yang tinggi terhadap citra merek perusahaan maka disarankan perusahaan untuk mempertahankan citra merek .
2. karena dalam penelitian ini sample yang diambil terlalu kecil sehingga di khawatirkan data menjadi bias, dalam penelitian disarankan bagi penelitian selanjutnya mengambil sample yg lebih banyak.

daftar pustaka

- aaker, david.1997.*manajemen ekuitas merek*. jakarta: spektrum mitra utama.
- asshidieqi, fuad dan mudiantoro. 2012. *analisis pengaruh harga, harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian 101 is pada harga crozz di distro ultra store semarang* . semarang: universitas diponegoro. diponegoro journal of management.
- engel, blackwell dan miniard. 1995. *perilaku konsumen*. jakarta: binarupa aksara.
- fivi, nurlisa dan sofiyah rohmatus. 2014. *pengaruh harga, kualitas harga, dan citra merek terhadap keputusan pembeliankecap bango*. medan: universitas sumatera utara. jurnal manajemen fakultas ekonomi.
- ghozali, imam. 2007. *aplikasi analisis multivariate dengan program spss cetakan iv*. semarang: badan penerbit universitas diponegoro.
- ilmaya, fahma. 2011. *analisis pengaruh interaksi harga dan harga terhadap keputusan pembelian batik di eka batik tulis*. semarang: undip. fakultas ekonomi.
- kotler, philip dan amstrong, gary. 2003. *dasar-dasar pemasaran jilid 1*. edisi 9. jakarta: pt.indeks gramedia.
- kotler, philip. 2005. *manajemen pemasaran jilid 2*. edisi 12. jakarta: indeks.
- kotler, philip dan kevin, lane keller. 2007. *manajemen pemasaran*. edisi 12. jakarta: indeks.
- kusuma, ayu. 2014. *pengaruh citra merek dan celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pembalut wanita charm*. surabaya: universitas negeri surabaya: jurnal manajemen fakultas ekonomi
- mowen, john c dan minor, michael. 2001. *perilaku konsumen*. edisi 5. jilid 1. terjemahan oleh lina salim. 2002. jakarta: pt.penerbit erlangga.
- mahmud, dan alfianto, eko agus. 2014. *pengaruh harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian yamaha v-ixion fi*. pandaan.: jurnal sketsa bisnis.
- maholtra, naresh k.2009. *riset pemasaran pendekatan terapan jilid 1*. jakarta: pt.indeks.
- mega irawan, devy. 2014. *pengaruh kualitas harga dan citra merek terhadap keputusan pembelian trukmatic mitsubishi fuso vario 125 cbs iss*. unesa: jurnal manajemen fakultas ekonomi.
- ridhwan,ria maharani. 2014. *pengaruh citra merek dan kualitas harga terhadap keputusan pembelian mobil mitsubishi fuso all new jazz di kota malang*. malang: universitas brawijaya. fakultas ekonomi dan bisnis.
- rangkuti, fredy. 2009. *the power of brand cetakan iii*. jakarta: pt.gramedia pustaka utama.
- sugiyono. 2009. *metode penelitian bisnis*. bandung: alfabeta.
- sugiyono. 2013. *metodologi penelitian manajemen*. bandung: alfabeta
- sugiyono. 2013. *statistik untuk penelitian*. bandung: alfabeta.
- schifmann, leon g dan knuk, lestie lazar. 2000. *perilaku konsumen*. edisi 7. terjemahan oleh zulklifi kasip. 2008. jakarta: pt.indeks.

simamora, bilson. 2002. *panduan riset perilaku konsumen*.
surabaya: pustaka umum.

singarimbun, m. dan effendi, s. 2006. *metode penelitian
survei cetakan 18*. jakarta: penerbit pustaka lp3es.

sumarwan, ujang. 2011. *perilaku konsumen teori dan
penerapannya dalam pemasaran*. jakarta: pt.ghalia
indonesia.

tjiptono, fandy. 2008. *strategi pemasaran*. edisi iii.
yogyakarta: andi offset.

tjiptono, fandy. 2011. *strategi pemasaran*. edisi i.
yogyakarta: andi offset.

<http://wordpress.com>, diakses 3 februari 2015.

<http://liputan6.com>, diakses 17 januari 2015.

<http://mpm truk.com>, diakses 20 januari 2015

<https://topbrand-award.com>, diakses 7 maret 2015.