PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN CITRA TOKO TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN KOPO FACTORY OUTLET

Oleh :

Rista Regina

Program studi manajemen

Fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Komputer Indonesia

ABSTRAK - Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian konsumen pada Kopo Factory Outlet.Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana kualitas produk dan citra toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen baik secara parsial maupun secara simultan. Hasil peneilitian ini menunjukan bahwa penelitian analisis deskriptif variabel kualitas produk memiliki kategori kurang baik, sedangkan variable citra toko dan variable keputusan pembelian berada di kategori cukup. Untuk analisis verifikatif dijelaskan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen dan variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variable dependen.

Kata kunci : kualitas produk, citra toko dan keputusan pembelian

The influence of product quality and store image toward consumers purchase decision at Kopo Factory Outlet

Abstract - *This study aims to understand the effect of product quality and store image on consumer purchasing decisions at Kopo Factory Outlet. The formulation of the problem in this research is how product quality and store image have an effect on consumer purchasing decision either partially or simultaneously. The results of this research indicate that the descriptive analysis research of product quality variables have less good category, while store image and purchase decision variable variables are in enough category. For verifikatif analysis explained that independent variables partial significant effect on the dependent variable and independent variables simultaneously significant effect on the dependent variable.*

Keywords : product quality,store image and purchasing decisions

PENDAHULUAN

Industri fashion merupakan salah satu industri yang cukup berkembang dengan pesat hal ini terbukti dengan semakin menjamurnya factory oulet yang ada di indonesia dan minat konsumen terhadap dunia fashion seperti tidak ada habisnya.

Bandung merupakan salah satu kota yang terkenal akan industri fashion di Indonesia, bandung sendiri terkenal sebagai kota dengan anak mudanya yang kreatif khusunya di bidang fashion hal tersebut mendorong para wisatawan baik wisatawan dalam kota bahkan luar kota datang untuk sekedar berbelanja pakaian maka,sepertinya sudah melekat di benak kita jika mendengar factory outlet yang terlintas adalah kota bandung, karena di kota bandung factory outlet telah berkembang dan menyebar dengan pesat.

Fashion merupakan salah satu kebutuhan yang sering berubah ubah mengikuti jaman. Trend fashion sendiri yang dinamis mebuat Keinginan dan kebutuhan konsumen mengalami perubahan, Dengan perkembangan tersebut maka setiap perusahaan yang bergerak di bidang ini dituntut untuk dapat selalu mengerti dan mengikuti kenginan konsumen akan fashion.PT BMA (Blesindo Mega Anugrah) dengan Kopo Factory oulet nya merupakan salah satu factory outlet yang ada di bandung selatan tepatnya di jl.kopo . Kopo Factory outlet ini menyediakan beragam jenis pakaian untuk pria,wanita dan anak-anak yang terdiri dari berbagai macam merek.

Berdasarkan data penjualan dapat dilihat bahwa penjualan mengalami fluktuasi naik-turun yang dapat diartikan bahwa keputusan pembelian konsumen belum optimal,hal tersebut tentu jadi perhatian pihak perusahaan. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian tentu konsumen mempertimbangkan berbagai hal,dan yang sering menjadi bahan pertimbangan konsumen adalah kualitas produk.Menurut Kotler dan Amstrong (2008) kualitas produk adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Kualitas dalam pandangan konsumen adalah hal yang mempunyai ruang lingkup tersendiri yang berbeda dengan kualitas dalam pandangan produsen saat mengeluarkan suatu produk yang biasa dikenal kualitas sebenarnya.

Pemasar yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen sehingga penjualan produknya pun akan cenderung menurun. Jika pemasar memperhatikan kualitas, bahkan diperkuat dengan periklanan dan harga yang wajar maka konsumen tidak akan berpikir panjang untuk melakukan pembelian terhadap produk (Kotler dan Amstrong, 2008).

Dan faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah citra toko. citra toko *(Store Image)* menurut Kotler dan Keller (2008) adalah, citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Maka membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan publik dan dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian jika toko tersebut memiliki citra yang baik.

Menurut penelitian yang di lakukan oleh dedi nurdianto,tria yuniati yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Honda menunjukan Hasil pengujian simultan menunjukkan variabel kualitas produk dan citra secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

II KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/ tersirat”. Menurut Simamora (2001), kualitas produk merupakan selisih produk yang layak menurut konsumen dengan produk menurut

konsumen saat ini. Menurut Boetsh dan Denis yang dikutip oleh Tjiptono (2000:57) : Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa,manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Pendapat di atas dapat dimaksudkan bahwa seberapa besar kualitas yang diberikan yang berhubungan dengan produk barang beserta faktor pendukungnya memenuhi harapan penggunanya. Dapat diartikan bahwa semakin memenuhi harapan konsumen, produk tersebut semakin berkualitas. Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan produk dalam memenuhi harapan konsumen baik dalam segi produk maupun pelayanan.

Citra Toko

Menurut Lawrence L.Steinmetz,ph D dalam Siswanto Sutojo membangun citra perusahaan (2004:1) citra adalah pancaran atau reproduksi jati diri atau bentuk orang perorangan,benda atau organisasi.

Menurut Kotler dan Keller (2009) citra merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Maka membangun citra sangat penting karena citra dapat mempengaruhi persepsi pelanggan dan publik.

Salah satu strategi agar suatu organisasi mampu bersaing adalah dengan membangun citra yang baik di mata pelanggan maupun publik (Gronroos, 1983 dalam Angin, 2006).

dari beberapa definisi diatas penulis menyimpulkan bahwa citra toko adalah kesan yang timbul dari pengalaman konsumen sehingga menimbulkan persepsi di mata konsumen tentang citra toko tersebut baik citra positif atau negatif yang bertujuan unuk menarik perhatian konsumen.

Keputusan Pembelian

Tahap konsumsi berada pada tahap proses keputusan konsumen, disinilah seorang konsumen memutuskan untuk membeli atau tidak..

Menurut kotler (2009:184) keputusan pembelian yaitu proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli. Keputusan pembelian di toko dapat terjadi secara kebiasaan atau rutinitas, pembelian karena ada kebutuhan terhadap suatu produk, dan pembelian yang terjadi secara spontan atau tidak memiliki niat membeli sebelum memasuki toko.

Peter dan Olson (2005:162), mengemukakan keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Proses pengambilan keputusan pada dasarnya memerlukan ketelitian dan ketepatan dalam memutuskan akan membeli produk atau jasa yang telah diseleksi dari berbagai alternatif yang ada.

Amirullah (2002 : 61) bahwa: “Pengambilan keputusan adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan.”

Dari beberapa definisi diatas , penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu keputusan akhir konsumen yang diambil melalui proses eksekusi atas seleksi ketika seseorang dihadapkan pada minimal dua pilihan dengan melibatkan perhatian, pemahaman, serta proses penerjemahan informasi.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan menggunakan pendekatan kualitatif yang dimana penulis bermaksud ingin menggambarkan Pengaruh kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian pada Kopo Factory Outlet. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah primer dan sekunder, Dimana data primer didapatkan dari hasil data kuisioner yang diisi oleh reponden yang merupakan konsumen kopo factory outlet mengenai kualitas produk,citra toko dan keputusan pembelian sebanyak 150 responden. dan data sekunder diperoleh dari mengumpulkan data-data dari internet, buku-buku, jurnal-jurnal penelitian mengenai kualitas produk,citra toko dan keputusan pembelian.

Teknik pengolahan data dengan menggunakan uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji autokorelasi, uji heterokedasitas, dan uji Multikolinearitas, uji regresi linier berganda yang terdiri dari uji koefisien determinasi dan uji hipotesis yang terdiri dari uji F dan uji t.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Korelasi

Berdasarkan penelitian maka dikemukakan hasil sebagai berikut :

1. Korelasi antara kualitas produk (X1), Citra toko (X2) dan keputusan pembelian (Y) secara simultan sebesar 0.826 berdasarkan kriteria (0.80 – 1.00), korelasi Citra toko dan Kualitas produk dengan Keputusan pembelian memiliki tingkat sangat kuat.Hal itu mengacu pada teori Sugiyono (2002:183) untuk mengetahui seberapa kuat tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Korelasi antara kualitas produk (X1) dan keputusan pembelian (Y) secara parsial sebesar 0.726 berdasarkan kriteria(0.60 – 0.799), korelasi Kualitas produk dengan Keputusan pembelian memiliki tingkat korelasi kuat.Hal itu mengacu pada teori Sugiyono (2002:183) untuk mengetahui seberapa kuat tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Korelasi antara citra toko (X2) dan keputusan pembelian (Y) secara parsial sebesar 0.774 berdasarkan kriteria korelasi (0,60 – 0,799) Citra toko dengan Keputusan pembelian memiliki tingkat korelasi yang kuat.Hal itu mengacu pada teori Sugiyono (2002:183) untuk mengetahui seberapa kuat tidaknya hubungan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Analisis Koefisien Determinasi

Hasil koefisien determinasi antara kualitas produk (X1), Citra toko (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan adalah sebesar 0.682 atau 68.2% hasil tersebut merupakan besarnya konstribusi dari Kualitas produk dan Citra toko terhadap Keputusan pembelian sedangkan sisanya sebesar 31.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada dalam penelitian ini.

Hasil koefisien determinasi secara parsial antara kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y)dengan rumus beta x zero order mendapatkan hasil sebesar 0.23 atau 23 %. dan hasil koefisien determinasi secara parsial antara citra toko (X2) dan keputusn pembelian adalah (Y) 0,45 atau 45 %.

Dari hasil perhitungan di atas, dapat diketahui bahwa variabel yang paling dominan terhadap keputusan pembelian adalah citra toko sebesar 45% sementara yang paling terkecil kualitas produk sebesar 23%.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas secara bersama-sama dapat berperan atas variabel terikat.Pengujian ini dilakukan menggunakan distribusi F dengan membandingkan antara nilai F – kritis dengan nilai F-test yang terdapat pada tabel *Analisis of Variance* (ANOVA) dari hasil perhitungan dengan *microsoft*.Jika nilai $F_{hitung} > F_{krisis}$, maka H_0 yang menyatakan bahwa variasi perubahan nilai variabel bebas tidak dapat menjelaskan perubahan nilai variabel terikat ditolak dan sebaliknya.

Dari pengujian di dapatkan nilai f_{hitung}sebesar 157.615, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai f_{tabel} untukdf1 = k - 1 = 3 – 1 = 2 dan untuk df2 = n – k = 150 – 3 = 147 sehingga didapat f_{tabel}(2 ; 147) sebesar 3,00 dikarenakan $f_{hitung} > f_{tabel}$ (157,615> 3,00) dan sig (0.000 <0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa secara simultanterdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk dan Citra toko terhadap Keputusan pembelian Kopo Factory Outlet

Pengujian Hipotesis Secara Parsial

Digunakan untuk menguji variabel bebas memiliki hubungan signifikan atau tidak dengan variabel terikat secara individual untuk setiap variabel, yaitu pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian secara parsial dan Citra toko terhadap Keputusan pembelian secara parsial.

Dari pengujian didapatkan nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas produk (X_1) sebesar 3,389, menggunakan taraf signifikan sebesar 5%, maka dari tabel distribusi T didapat nilai t_{tabel} untukdf = (α/2 ; n-k-1) = 0,05/2 ; 150 – 2 – 1 = (0,025 ; 147) yaitu 1,972, dikarenakan $t_{hitung} > t_{tabel}$ (3,389> 1,972) dan sig (0.001<0.05) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian Produk Kopo Factory Outlet.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan penjelasan dari bab sebelumnya, serta pembahasan yang disertai dengan teori dan konsep yang mendukung mengenai penelitian ini yang berjudul pengaruh kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian pada Kopo Factory Outlet, maka didapatkan kesimpulan sebagai berikut

1. Kualitas produk yang didalamnya diukur melalui 3 indikator, yaitu estetika, daya tahan, dan kualitas yang dipersepsikan. Indikator daya tahan memperoleh persentase skor tertinggi, sedangkan kualitas produk berdasarkan estetika dan kualitas yang dipersepsikan memperoleh skor yang paling rendah. Secara keseluruhan semua indikator masuk dalam kategori kurang baik, maka dari itu diharapkan ada perhatian khusus dari pihak perusahaan.
2. Citra toko yang ada di Kopo Factory Outlet terdiri dari 4 indikator yaitu barang dagangan, pelayanan, fasilitas fisik dan *convinience*. Indikator fasilitas fisik yang memperoleh persentase tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indicator *convinience* memperoleh persentase terendah dengan kategori cukup baik. Secara keseluruhan semua ukuran masuk dalam kategori cukup baik, namun harus ada peningkatan agar bisa menjadi ,lebih baik lagi .
3. Keputusan pembelian yang ada di Kopo Factory Outlet terdiri dari 4 indikator yaitu pencarian informasi, penilaian alternative, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Indicator pencarian informasi memperoleh persentase skor tertinggi dengan kategori cukup baik, sedangkan indikator keputusan pembelian memperoleh persentase terendah dengan kategori kurang baik. Secara keseluruhan ukuran untuk keputusan pembelian masuk ke dalam kategori cukup baik, namun perlu terus ditingkatkan agar penjualan bisa selalu meningkat.
4. Secara parsial dan simultan, penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan citra toko berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan dengan pengujian hipotesis yang menyatakan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian.

Saran

Setelah penulis memberikan kesimpulan dari hasil penelitian tentang kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian pada Kopo Factory Outlet, maka penulis akan memberikan beberapa saran yang dapat digunakan oleh:

1. Variabel kualitas produk yang di ukur dalam 3 indikator yaitu Estetika,daya tahan dan kualitas yang di persepsikan, indikator yang memiliki skor rendah adalah estetika dan kualitas yang dipersepsikan. Maka untuk dapat meningkatkan respon positif konsumen mengenai Estetika,Kopo Factory Outlet disarankan menjual produk dengan kualitas bahan yang baik dan selalu melakukan pembaharuan terhadap model pakaian yang di tawarkan karena mengingat trend fashion yang sering berubah maka kopo factory Outlet di tuntut untuk selalu mengikuti trend yang ada karena konsumen

memiliki ketertarikan yang besar terhadap model pakaian yang *uptodate*. Selain itu hal yang harus diperhatikan adalah mengenai ketersediaan warna,semakin banyak pilihan warna maka akan membuat konsumen tertarik untuk membeli karena konsumen akan menemukan warna yang sesuai dengan keinginan mereka. Jika kualitas produk baik dan sesuai dengan keinginan konsumen maka hal tersebut akan meningkatkan respon konsumen mengenai kualitas yang di persepsikan karena konsumen memiliki persepsi bahwa kopo factory outlet merupakan toko pakaian yang menjual pakaian berkualitas yang baik dengan harga yang sesuai.

2. Citra toko yang di ukur dalam indikator barang dagangan, pelayanan, fasilitas fisik dan convenience, Indikator convenience memiliki skor paling rendah. Convinience disini adalah kemudahan bagi konsumen dalam menuju lokasi Kopo Factory Outlet. Untuk meningkatkan respon konsumen mengenai convenience maka Kopo Factory outlet disarankan membuat papan petunjuk di jalan utama untuk menuju lokasi Kopo Factory Outlet, mengingat lokasi toko yang bukan berada di jalan utama. maka hal tersebut akan membuat konsumen mengalami kesulitan untuk menemukan lokasi Kopo factory Outlet. Secara keseluruhan citra toko Kopo factory Outlet berada pada kategori yang cukup baik Oleh karena itu Kopo Factory Outlet disarankan lebih bisa menunjukkan citra toko yang baik terhadap konsumen diantaranya yaitu dengan tetap memberikan kenyamanan kepada konsumen dalam berbelanja baik dari segi pelayanan pramuniaga dan juga kenyamanan akan suasana toko yang baik karena dengan hal tersebut bisa memberikan dampak positif bagi perusahaan. Selain itu konsumen pun akan memberikan rekomendasi kepada konsumen lainnya untuk berbelanja di outlet ini.
3. Variabel Keputusan pembelian yang di ukur oleh beberapa indikator yaitu , pencarian informasi,penilaian alternative,keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian, indicator keputusan pembelian memiiki skor paling rendah hal tersebut menunjukan bahwa konsumen masih ragu untuk membeli pakaian di Kopo Factory outlet. Maka untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, pihak Kopo Factory outlet harus mampu menarik konsumen untuk bisa berbelanja di outlet ini dengan cara memberikan harga yang terjangkau dengan produk yang memiliki kualitas baik, selalu menjaga kenyamanan dan memberikan pelayanan yang baik agar konsumen merasa nyaman pada saat berbelanja di Kopo Factory Outlet.
4. Pengaruh antara kualitas produk dan citra toko terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial pada Kopo Factory Outlet bisa dibilang baik, pada kondisi ini menjadi peluang bagi perusahaan. Maka Kopo factory outlet disarankan harus mampu meningkatkan kualitas produk dan citra toko yang sudah ada menjadi lebih baik sehingga keputusan pembelian pun akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

Amirullah, 2002, *Perilaku Konsumen, edisi pertama, cetakan pertama,* Graha Ilmu, Yogyakarta.

Fandy Tjiptono.2002. *Strategi Pemasaran.Andy Offset. Yogyakarta*

Jonathan, Sarwono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Yogyakarta : Graha Ilmu

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran.Edisi 2 (milenium). Jakarta : prenhallindo*

Kotler, Philip,keller,kevin lane .2009. *Manajemen Pemasaran. edisi 13 jilid 2: erlangga*

Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran. edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia*

Narimawati, Umi. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Teori dan Aplikasi. Bandung.*

Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 1999. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*. Jilid I. Edisi Keempat. Terjemahan oleH Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga.

Siswanto sutojo,2004.*membangun citra perusahaan,jakarta:damar mulia pustaka*

Sugiyono. 2002. Metode Penelitian Administrasi. Bandung : CV Alfabetha

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Bisnis.* Bandung : CV Alfabetha.

Sopiah dan Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: ANDI

Sumber jurnal

Angelina Rares.,R.J.Jorie.2015. *Pengaruh Harga,Promosi,Lokasi,Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Bengkel Gaoel Manado Town Square (jurnal).* Universitas Sam Ratulangi Manado.Jurnal EMBA Vol.3 No.2 Juni 2015.

Bloemer and Schroder. 2002.*linking perceive service quality and service loyalty: A multidimensional perspective,eauropean journal marketing Vol.33 No.11/12 International Journal of Bank Marketing Vol. 16 No.7*

Darsono.20113.*Analisis Pengaruh Citra Toko,Kualitas Toko Dan Barang, Sarana PendukungTerhadap Keputusan Pembelian* (jurnal).STIE DHARMAPUTRA SEMARANG. DHARMA EKONOMI – NO. 38/ TH. XX/ OKTOBER 2013.

Gunawan, Patar. 2010. *Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Supermarket Mandiri Simpang Bahagia Medan*.Universitas Sumatera Utara.

JacksonR.S.Weenas.2013.*Kualitas Produk, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta.(jurnal).*Universitas Sam Ratulangi Manado. ISSN 2303-1174.Jurnal EMBA 607 Vol.1 No.4 Desember 2013.

Popo Suryana.2013.*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Pada Minat Beli Ulang*.(jurnal).UniversitasPasundan.ISSN 1411-514X Volume 12,no.2,desember 2013

Pujiisyanto,SE.,MM.,EmanS,SE.,M.,dkk. *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Ekonomi UniversitaSingaperbangsa Karawang.* Universitas Singaperbangsa Karawang.jurnal manajemen vol.09 no.4 juli 2015.

Raghava Rao Gundala,*Retail Store Image: A Study Of The Cyprus Clothing Industry*, University Of Wisconsin-Stout. International Journal Of Management And Marketing Research,Volume 3, Number 3, 2010.

Ratna Sufiatin. *Analisis Pengaruh Citra Toko, Kualitas Toko Dan Barang, Sarana Pendukung Terhadap Keputusan Pembelian*.UPN Veteran Yogyakarta.2012

Ria octaviani dkk.*Analisa Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Toko Murah-Meriah).*(jurnal).STIE MDP PALEMBANG.

Vivi alvionita moly.2014.*Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia(Studi Kasus Toko Mars Cell Klandasan,Balikpapan).* Universitas Mulawarman. eJournal Psikologi, Volume 2, Nomor 2, 2014

Winaika irawati.*Pengaruh Citra Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Amanah Swalayan Rengel.Universitas Negeri Surabaya.*