

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP
KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI BEDAK
MUKA SARIAYU PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MERCU BUANA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Oleh:

Okta Widiastuti

13081256

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2017

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP
KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI BEDAK
MUKA SARIAYU PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MERCU BUANA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada:
Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta
Sebagai salah satu syarat untuk mencapai derajat
Sarjana Strata Satu (S1)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Okta Widiastuti

13081256

**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA
YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

**HUBUNGAN ANTARA PERSEPSI TERHADAP
KUALITAS PRODUK DENGAN MINAT BELI BEDAK
MUKA SARIAYU PADA MAHASISWI DI UNIVERSITAS
MERCU BUANA YOGYAKARTA**

Oleh:
Okta Widiastuti
13081236

Telah dipertanggungjawabkan dan diterima


Oleh Tim Penguji pada tanggal

24 Mei 2017
**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
YOGYAKARTA**

Mengetahui


Dekan
Kamsih Astuti
Dr. Kamsih Astuti, M.Si

Dosen Pembimbing


Dr. Alimatus Sahrah, M.M., M.Si

Dosen Penguji


Domnina Rani Puna Rengganis, M.Si., CPHR

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacukan dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 24 Mei 2017



Okta Widiastuti

MOTTO

Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.

(Q.S Al-Insyirah 5-6)

Barang siapa merintis jalan mencari ilmu maka Allah akan memudahkan baginya jalan ke Surga.

(HR. Muslim)

“Man Jadda Waa Jadda, Man Shabara Zhafira”

Siapa yang bersungguh-sungguh pasti akan berhasil, Siapa yang bersabar akan beruntung.

“Waa Maa ‘Indaallahi Khair”

Apa yang disisi Allah SWT itu lebih baik

Where there is a will, there is a way

Dimana ada kemauan, disitu ada ada jalan

Sebaik-baiknya manusia adalah manusia yang bermanfaat bagi orang lain.

(HR. Ahmad, Thabrani, Daruqutni)

Berserah diri kepada Allah SWT, berbakti kepada kedua orang tua, berbagi kepada sesama

(Penulis)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya ini penulis persembahkan untuk:

ALLAH SWT

Alhamdulillahirobbil'alamin. Terima kasih Yaa Allah, atas segala nikmat dan hidayah yang telah Engkau berikan sehingga penulis mampu menyelesaikan karya ini.

Bapak dan Ibuku

Dengan penuh rasa hormat dan bakti, penulis persembahkan karya ini untuk kedua orang tuaku tercinta yang telah memberikan cinta dan kasih sayang, mendidik, merawat, dan membimbing dengan penuh kesabaran. Terima kasih atas segala doa, perhatian, semangat, dukungan, motivasi, nasehat, teguran dan pengorbanan yang telah Bapak dan Ibu berikan, serta kesabaran dalam mendidik penulis selama ini hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan karya ini dan bisa meraih gelar sarjana.

Kakak dan Adikku

Coretan sederhana ini aku persembahkan untuk Kakakku tercinta Aprilia Ningsih, S.Pd dan Adikku tercinta Opi Dwi Dera Astuti yang selalu memberi banyak doa, motivasi, dukungan, semangat kepada penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih banyak telah menemani penulis dan mendengar keluh kesah penulis untuk menyelesaikan karya ini. Untuk keponakanku Eq Erliana Marcella yang selalu menghibur penulis dan membuat keceriaan di keluarga.

Keluargaku, Kakek dan Nenek,

Terima kasih penulis persembahkan untuk kakek dan nenek, keluargaku yang senantiasa memberikan doa untuk penulis demi kelancaran menimba ilmu di perguruan tinggi hingga menyelesaikan tugas akhir ini.

Almamater Tercinta

Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan antara Persepsi terhadap Kualitas Produk dengan Minat Beli Bedak Muka Sariayu pada Mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta”. Skripsi ini disusun guna memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana di Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Alimatus Sahrah, M.M, M.Si. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan arahan, nasehat dan membimbing penulis selama proses penyusunan skripsi hingga akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Ibu Dr. Kamsih Astuti, M.Si., selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
3. Ibu Kondang Budiyani, M.A selaku Ketua Prodi Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta.
4. Ibu Dra. Indra Ratna Kusuma Wardani, M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama berkuliah di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

5. Ibu Domnina Rani Puna Rengganis, M.Si.,CPHR selaku Dosen Penguji Skripsi. Terima kasih atas kesediaan Ibu untuk menjadi penguji skripsi penulis. Terima kasih untuk arahan, kritik, saran, dan bimbingannya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini agar menjadi lebih baik.
6. Seluruh Dosen Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama perkuliahan.
7. Seluruh Staff Tata Usaha dan Karyawan Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu telah membantu proses pendidikan penulis secara administratif hingga saat penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta yang bersedia menjadi subjek uji coba (*tryout*) dan penelitian. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.
9. Kedua orang tua tercinta, Bapak dan Ibu dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih atas doa, nasihat, dukungan, motivasi serta pengorbanan selama ini hingga terselesaikannya karya ini dan mendapat gelar Sarjana. Terima kasih Bu untuk seluruh doa, kasih sayang, perhatian, nasihat, dan motivasinya, akhirnya anakmu ini bisa menyelesaikan tugas akhir ini. Terima kasih Pak untuk doa, perhatian, kasih sayang serta perjuangan Bapak selama ini untuk keluarga, untuk kemajuan dan kebahagiaan kami di masa depan. Semoga bapak dan ibu selalu diberikan kesehatan dan umur panjang sampai penulis bisa membahagiakan dan mewujudkan keinginan kalian.

10. Kakakku tersayang Aprilia Ningsih, S.Pd, adikku tersayang Opi Dwi Dera Astuti yang selalu memberikan doa, perhatian, semangat, dukungan, motivasi, nasehat, teguran dan selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih untuk kebersamaan, kekompakkan keluarga kita dalam kondisi apapun. Jaga terus keistiqomahan kita, jadilah muslimah yang hebat dan bermanfaat untuk orang lain *and always to be better*. Untuk kakakku tercinta, tetap istiqomah dan semoga diberikan yang terbaik untuk urusan pekerjaan, jodoh dan segala urusan lain. Untuk adikku tercinta, tetap istiqomah, tambah semangat lagi kuliahnya dan berikan yang terbaik untuk dirimu dan keluarga.
11. Keponakanku tersayang Eq Erliana Marcella yang cantik dan lucu, pandai cerita, yang membuat tertawa dengan tingkah dan ceritanya, membuat kebahagiaan di keluarga serta menghibur penulis dan keluarga dengan tingkah-tingkahnya. Terima kasih untuk Dek Sita yang telah meminjamkan laptopnya untuk penulis selama penyelesaian tugas akhir ini.
12. Sahabat-sahabatku Agi Dwi Astuti (Hyoae), Rut Umartiwi (Ruthless), Siti Chusna Rofikoh (Neng Una) yang selalu memberi dukungan dalam penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas doa, dukungan, semangat dan motivasinya serta kebersamaannya kita hingga saat ini dan sampai nanti. Sukses untuk kita semua. Semoga kita selalu diberikan kemudahan untuk segala urusan. Amin.
13. Teman-teman penghuni ruang publik, Agi, Rut, Ika. Terima kasih untuk kebersamaan kita di kantor kita ruang publik (kata teman-teman kantor kita)

untuk mendownload film/drama, berbagi film, makan, tempat singgah untuk menunggu waktu kuliah.

14. Teman-teman seperjuangan bimbingan Ibu Alim: Agi, Vio, Aya, Yoko, Asrul.

Terima kasih telah menyelipkan tawa, keluh kesah dan inspirasi ketika kita bertemu dalam sesi-sesi bimbingan.

15. Teman-teman seperjuangan yang sama-sama berjuang dari awal hingga akhir,

bagian dari Mahasiswa Fakultas Psikologi Angkatan 2013 UMBY yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu. Terima kasih atas semua pengalaman, kebahagiaan, kebersamaan kita selama ini. Semoga sukses untuk semuanya.

Semoga amal kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT. Tidak ada gading yang tak retak, tidak ada yang sempurna di dunia ini termasuk karya tulis ini. Oleh karena itu, penulis menerima segala kritik dan saran yang membangun agar karya ini menjadi lebih baik dan bermanfaat bagi penulis dan semua pembaca karya tulis ini. Amin.

Yogyakarta, Juni 2017

Penulis

Okta Widiastuti

13081256

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN.....	iii
MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Permasalahan.....	1
B. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
A. Minat Beli.....	13
1. Pengertian Minat Beli.....	13
2. Aspek-aspek Minat Beli.....	14
3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli.....	16
B. Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	25
1. Pengertian Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	25
2. Aspek-aspek Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	26
C. Hubungan antara Minat Beli dengan Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	28
D. Hipotesis.....	37
BAB III METODE PENELITIAN.....	38
A. Identifikasi Variabel Penelitian.....	38
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	38

C. Subjek Penelitian.....	39
D. Metode Pengumpulan Data.....	40
1. Skala Minat Beli.....	42
2. Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	46
E. Pelaksanaan Penelitian.....	51
F. Metode Analisis Data.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	54
A. Hasil Penelitian.....	54
1. Deskripsi Data Penelitian.....	53
2. Hasil Pengujian Hipotesis.....	57
a. Uji Normalitas.....	58
b. Uji Linearitas.....	59
c. Uji Hipotesis.....	60
d. Uji Tambahan.....	60
B. Pembahasan.....	62
BAB V PENUTUP.....	72
A. Kesimpulan.....	72
B. Saran	72
DAFTAR PUSTAKA.....	75

DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 1. Distribusi Aitem Skala Minat Beli Sebelum Uji Coba.....	44
TABEL 2. Distribusi Aitem Skala Minat Beli Setelah Uji Coba.....	46
TABEL 3. Distribusi Aitem Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk Sebelum Uji Coba.....	48
TABEL 4. Distribusi Aitem Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk Setelah Uji Coba.....	50
TABEL 5. Deskripsi Data Penelitian.....	55
TABEL 6. Kategorisasi Skor Minat Beli.....	56
TABEL 7 Kategorisasi Skor Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	56
TABEL 8 Sumbangan Masing-masing Aspek Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	61

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1. Proses Terjadinya Keputusan Pembelian.....	14
--	----

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran A. Data Uji Coba Skala	
1. Data Uji Coba Skala Minat Beli.....	78
2. Data Uji Coba Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	81
Lampiran B. Uji Validitas Dan Reliabilitas	
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Skala Minat Beli.....	84
2. Uji Validitas Dan Reliabilitas Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	86
Lampiran C. Data Penelitian	
1. Data Penelitian Skala Minat Beli.....	92
2. Data Penelitian Skala Persepsi terhadap Kualitas Produk.....	99
3. Data Total Penelitian.....	105
Lampiran D. Uji Prasayat	
1. Uji Normalitas.....	106
2. Uji Linieritas.....	109
Lampiran E. Uji Hipotesis dan Uji Tambahan	
1. Uji Korelasi Product Moment.....	111
2. Uji Tambahan.....	112
Lampiran F. Skala <i>Tryout</i> (Uji Coba)	117
Lampiran G. Skala Penelitian.....	126
Lampiran H. Surat Keterangan Izin Penelitian.....	136

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara persepsi terhadap kualitas produk dengan minat beli bedak muka Sariayu pada mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas produk dengan minat beli pada mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Subjek penelitian ini sebanyak 78 mahasiswi Fakultas Psikologi Universitas Mercu Buana Yogyakarta dengan karakteristik usia 18-25 tahun. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua skala penelitian yaitu skala persepsi terhadap kualitas produk dan skala minat beli. Skala persepsi terhadap kualitas produk disusun berdasarkan aspek persepsi terhadap kualitas produk yang terdiri dari aspek kinerja, pelayanan, ketahanan, karakteristik produk, kesesuaian dengan spesifikasi, dan hasil. Skala minat beli disusun berdasarkan aspek minat beli yang meliputi aspek minat transaksional, minat referensial, minat preferensial, dan minat eksploratif. Teknik analisis menggunakan analisis korelasi *product moment* dari Carl Pearson. Dari analisis data diperoleh koefisien korelasi r_{xy} sebesar 0,472 ($p < 0,01$). Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara persepsi terhadap kualitas produk dengan minat beli pada mahasiswi di Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa hipotesis penelitian diterima. Minat beli dapat diprediksi dari variabel persepsi terhadap kualitas produk sebesar 22,3% dan sebesar 77,7% disebabkan oleh variabel lain.

Kata Kunci : Persepsi terhadap Kualitas Produk, Minat Beli

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship between perception of product quality and Sariayu face powder buying interest on collage students at Mercu Buana University of Yogyakarta. The hypothesis of this study is there is positive relationship between perception of product quality and Sariayu face powder buying interest on collage students at Mercu Buana University of Yogyakarta. Subjects in this study are 78 female collage students of Faculty of Psychology at Mercu Buana University of Yogyakarta with characteristics of 18-25 years old. Data collection method of this study using two scales, there are perception of product quality scale and buying interest scale. Perception of product quality scale composed based on the aspects of perceptions of product quality, there are performance, service, endurance, product characteristic, conformity with specification, and result. Buying interest scale composed based on the aspect of buying interest there are transactional interest, referential interest, preferential interest, and explorative interest. Data analysis technique is using product moment correlation analysis of Carl Pearson. Based on the data analysis obtained coefficient correlation r_{xy} of 0,472 with a significance level of 0,000 ($p < 0.01$), which means that there is a positive relationship between the perception of product quality and buying interest on collage students at the Mercu Buana University of Yogyakarta. This it can be stated that the hypothesis is proven. Buying interest can be predicted by Perception of product quality as big as 22,3% and 77,7% caused by other variables.

Keyword: *Perception of product quality, Buying Interest*

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A. (1997). *Manajemen ekuitas merek*. Edisi Terjemahan. Jakarta: Penerbit Mitra Utama.
- Assael, H. (2001). *Customer Behaviour 6th Edition*. New York: Thomson-Learning.
- Azwar, S. (2014). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Cahyono, J. E. (2002). *Menjadi manajer investasi bagi diri sendiri*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Durianto, D., Sugiarto & Sitingjak, T. (2001). *Strategi menaklukkan pasar riset ekuistas dan perilaku merek*. Jakarta: Gramedia.
- Engel, J.F., Blacwell, Roger D.M., & Paul, W. (1995). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Bina Rupa Aksara.
- Fadli, & Qamariah, I. (2008). Analisis pengaruh faktor-faktor ekuitas merek sepeda motor merek honda terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada universitas sumatera utara). *Jurnal Manajemen Bisnis*, (1) 2, 48-58.
- Ferdinand, A. (2002). *Manajemen pemasaran*. Edisi Pertama. Jakarta: Erlangga.
- Ferrinadewi, E. (2005). Atribut produk yang dipertimbangkan dalam pembelian kosmetik dan pengaruhnya pada kepuasan konsumen di surabaya. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 7 (2), 127-139.
- Ferrinadewi, E. (2008). *Merek dan psikologi konsumen: implikasi pada strategi pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hadi, S. (2004). *Metodologi research jilid 3*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Harjati, L., & Sabu, L.O. (2014). Pengaruh persepsi kualitas produk terhadap keputusan pembelian the body shop. *E-Journal WIDYA Ekonomika*. 1 (1), 25-30.
- Schiffman, L., & Kanuk, L.L. (2008). *Customer behaviour 7th edition (Perilaku konsumen)*. Jakarta Barat: PT Index.
- Kembaryana, I.W. (2001). Preferensi konsumen terhadap pembelian kosmetik bedak merek pixy dab carring di kota mataram. *Jurnal GaneC Swara*, 5(1), 141-147.
- Kotler, P. (2001). *Manajemen pemasaran di indonesia: analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.

- Kotler, P. (2005). *Manajemen pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 1. Jakarta: Indeks Mulia Pustaka.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen pemasaran, analisis, perencanaan, implementasi dan pengendalian*. Edisi Milenium. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller. (2009). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Susanto, A.B. (2001). *Manajemen pemasaran di indonesia analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kristyatmoko, Y.W., & Andjarwati, A.L. (2013). Pengaruh persepsi kualitas dan harga terhadap minat beli tablet samsung galaxy tab. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1 (3), 960-970.
- Lestari. (2008). Pengaruh situasi pembelian terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal*. Bandung: FE Universitas Komputer Indonesia, 11 (2), 1-10.
- Lidyawatie. (2008). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Monks, F.J., Knoers, A.M & Haditono, S.R. (2001). *Psikologi perkembangan: pengantar dalam berbagai bagiannya*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ningsih, E.S. (2017). Analisis pengaruh persepsi harga dan persepsi kualitas produk terhadap minat beli baju eceran di solo square. *Jurnal Manajemen*, 10 (2) 1-8.
- Nuraini, E.K. (2000). Hubungan antara harga diri dengan minat membeli pakaian bermerek dan model terbaru pada remaja putri. *Skripsi* (tidak diterbitkan). Yogyakarta: Universitas Wangsa Manggala.
- Rizky, M.F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama pt. nailah adi kurnia sei mencirim medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*, 14 (2), 135-143.
- Simamora. (2001). Strategi harga diskon dalam meningkatkan minat beli konsumen. *Jurnal Siasat Bisnis*. 6 (7), 25-34.
- Sodik, A. (2003). *Organisasi: perilaku, stuktur, proses*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan r&d*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyawati, P. (2010). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer di Kota Semarang. *Jurnal Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- Susanto, A.B. (2000). *Manajemen pemasaran di indonesia analisis, perencanaan, implementasi, dan pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Swastha, B., & Handoko. (2000). *Manajemen pemasaran: analisa perilaku ku konsumen* edisi 1. Yogyakarta: BPF E.
- Thamrin. (2003). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2007). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Walgito, B. (2001). *Psikologi umum*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Yamit, Z. (2001). *Manajemen kualitas produk dan jasa*. Yogyakarta: Ekonosia.
- Frontier Consulting Group. (2016). Top Brand Award. *Internet*. Diakses pada 10 Maret 2016. Diakses melalui <http://www.topbrand-award.com/>
- Kemenperin. (2015). Produk impor kuasai pasar kosmetik. *Internet*. Diakses pada 12 Mei 2016. Diakses melalui www.kemenperin.go.id
- Sariayu. (2013). Profil sariayu martha tilaar. *Internet*. Diakses pada 10 Maret 2016. Diakses melalui www.sariayu.com.