



Analisis Komparasi Kualitas Produk Sepatu Converse dan Sepatu Vans (Studi Kasus Masyarakat Surabaya)

¹ Arsyad Dhea Erlangga, ² Ety Dwi Susanti
^{1,2} UPN “Veteran” Jawa Timur

Alamat Surat

Email: arsyad.erlangga2@gmail.com, etydwisusanti@gmail.com

Article History:

Diajukan: 30-03-2021; Direvisi: 14-04-2021; Diterima: 28-04-2021

ABSTRAK

Ditjen Aptika menyatakan bahwa fashion merupakan salah satu bidang dengan presentase tertinggi dalam pembeliannya, yakni sebesar 37.6%. Sepatu sneakers menjadi salah satu produk fashion yang digemari oleh kalangan remaja. Berdasarkan pra-penelitian yang dilakukan oleh peneliti, diketahui Converse dan Vans merupakan merek yang paling banyak digemari oleh masyarakat kota Surabaya. Melalui penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah terdapat perbedaan kualitas produk antara sepatu merek Converse dan Vans. Jenis penelitian ini merupakan penelitian deskriptif komparatif yang dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Populasi yang dipilih adalah masyarakat kota Surabaya dengan sampel pengguna sepatu merek Converse dan Vans yang berusia 17 tahun keatas. Teknik penarikan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah 100 orang. Berdasarkan hasil uji komparasi yang dilakukan melalui uji Wilcoxon, maka dapat diketahui bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara kualitas produk sepatu Converse dan Vans melalui dimensi Kinerja, Kesesuaian dengan Spesifikasi, Daya Tahan, Kemampuan Pelayanan, Estetika, dan Persepsi Kualitas.

Kata kunci: Analisis komparasi; sepatu; kualitas produk.

ABSTRACT

The Directorate General of Aptika stated that fashion is one of the fields with the highest percentage of purchases, which is 37.6%. Sneakers are one of the fashion products favored by teenagers. Based on pre-research conducted by researchers, it is known that Converse and Vans are the most popular brands in the city of Surabaya. Through this research, the researcher wanted to find out whether there was a difference in product quality between Converse and Vans brand shoes. This type of research is a comparative descriptive study conducted using quantitative methods. The population chosen is the people of Surabaya with a sample of Converse and Vans shoe users aged 17 years and over. The sampling technique used purposive sampling with a total of 100 people. Based on the results of the comparative test conducted through the Wilcoxon test, it can be seen that there is a significant difference between the quality of Converse and Vans shoe products through the dimensions of Performance, Conformity with Specifications, Durability, Service Capability, Aesthetics, and Perceptions of Quality.

Keywords: Comparative Analysis; Shoes; Product Quality

1. PENDAHULUAN

Perusahaan saat ini bukan hanya berlomba-lomba menawarkan produk mereka sesuai dengan apa yang konsumen butuhkan, tetapi juga berdasarkan tren dan gaya hidup, salah satunya *fashion*. Perkembangan *fashion* yang semakin pesat menjadikan masyarakat sebagai masyarakat yang selektif di dalam menentukan gaya hidupnya. Gaya hidup sangat erat hubungannya dengan *fashion*, karena adanya *fashion* akan menunjang penampilan seseorang agar lebih menarik dan menjadi trend center di masyarakat. Produk *fashion* meliputi pakaian, sepatu, tas, aksesoris, dan lain sebagainya.

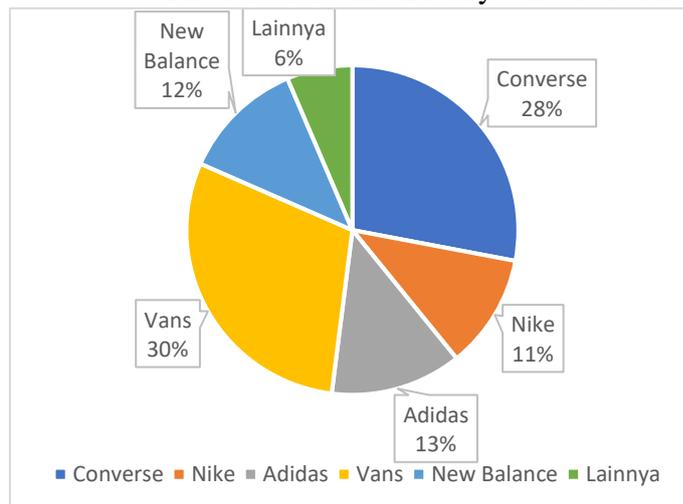
Tabel 1.1
Tabel Klasifikasi produk yang dibeli secara online

| Klasifikasi Produk yang di Beli | Presentase |
|---|------------|
| Fashion, Tas, Sepatu | 37.60% |
| Handphone, Gadget, dan Aksesoris Elektronik | 18.00% |
| Alat-alat Olah Raga | 7.30% |
| Tekstil dan Pakaian Jadi | 6.90% |
| Barang-barang Keperluan Rumah Tangga | 5.70% |
| Alat-alat Kesehatan | 3.40% |

Sumber: Ditjen Aptika

Berdasarkan tabel di atas menyatakan bahwa presentase klasifikasi produk yang di beli secara online dan memiliki rating tertinggi ialah *fashion* dan aksesoris sebesar 37,60%. Oleh karena itu peneliti melakukan survey terkait minat masyarakat Kota Surabaya terhadap sepatu. Berdasarkan survey tersebut maka diperoleh hasil sepatu merek Converse dan Vans merupakan merek sepatu yang paling digemari masyarakat Kota Surabaya.

Gambar 1.1. Hasil Survey Pra-Penelitian



Kualitas produk menjadi hal yang sangat penting dalam memilih sepatu, karena akan mempengaruhi bagaimana kenyamanan hingga perasaan yang didapatkan setelah menggunakan produk. Sepatu dengan kualitas yang baik akan berdampak dengan kepuasan dari konsumen itu sendiri serta konsumen akan menyukai produk sepatu tersebut. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan uji komparasi berdasarkan Kualitas Produk yang meliputi enam dimensi,

diantaranya kinerja, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, dan persepsi kualitas melalui penelitian dengan judul “Analisis Komparasi Kualitas Produk Sepatu Converse dan Vans (Studi Kasus Masyarakat Kota Surabaya)”.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan kualitas produk sepatu Converse dan Vans menurut masyarakat Kota Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pembaca sebagai referensi, serta sebagai bahan masukan bagi kedua perusahaan untuk mengetahui dan mengevaluasi kualitas produk yang mereka miliki agar mampu mengembangkan dan mempertahankan kualitas produknya.

a. Pemasaran

Menurut Djaslim S. dalam Nana Herdiana Abdurrahman (2015:2) “Pemasaran adalah suatu system total dari kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentukan harga, promosi, mendistribusikan barang-barang yang dapat memuaskan keinginan dan mencapai pasar sasaran serta tujuan perusahaan.”

b. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran menurut Assauri (2013: 198) merupakan kombinasi variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran, variabel yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk mempengaruhi reaksi para konsumen dalam pasar sasarnya.

c. Kualitas Produk

Menurut dr. Andhyka P. Sedyawan dan Feny Mustafa (2013:96) kualitas produk dapat diartikan sesuatu yang tidak hanya mengenai bahan baku dan proses produksi.

d. Indikator Kualitas Produk

Kualitas produk diklasifikasikan ke dalam delapan dimensi kualitas (Garvin dalam Tjiptono dan Chandra, 2012: 75), yang meliputi *Performance* (Kinerja) yang merupakan karakteristik operasi produk untuk menentukan tingkat efisiensi pencapaian tujuan utama sebuah produk sesuai standar yang telah ditetapkan. *Features* (Fitur) atau ciri atau atribut yang diberikan kepada produk untuk membedakannya dengan produk lain. *Reliability* (Keandalan) yang merupakan wujud konsistensi produk untuk tetap berfungsi secara konsisten sesuai usia desainnya. *Conformance to Specifications* (Kesesuaian dengan Spesifikasi) yang menunjukkan sejauh mana desain dan operasi karakteristik suatu produk dapat memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. *Durability* (Daya Tahan) yang merupakan ukuran hidup produk atau seberapa lama produk dapat digunakan. *Serviceability* (Kemampuan Pelayanan) yang mengarah pada penanganan keluhan suatu produk. *Aesthetics* (Estetika) sebagai unsur daya tarik produk terhadap panca indera. Serta *Perceived Quality* (Persepsi Kualitas) atau citra dan reputasi produk.

2. METODE

Penelitian ini merupakan penelitian komparatif yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda atau pada waktu yang berbeda (Sugiyono, 2017:57).

Populasi dalam penelitian ini yaitu masyarakat Kota Surabaya yang pernah menggunakan sepatu Converse dan Vans. Sampel dari penelitian ini jumlahnya tidak diketahui, sehingga ditarik dengan menggunakan metode non probability sampling dengan kriteria masyarakat kota Surabaya, berusia 17 tahun keatas, dan pernah menggunakan sepatu merek converse dan vans. Oleh karena itu digunakan rumus unknown populations sehingga ditarik sampel sejumlah 100 orang yang dianggap telah mewakili seluruh populasi.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Sumber data dalam penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari kuesioner sedangkan data

sekunder diperoleh dari literatur yang berkaitan. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang berisi pernyataan untuk dijawab oleh responden menggunakan skala likert.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Kinerja (*Performance*)

Tabel 1 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Kinerja

| | | Ranks | | |
|-----------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
| Vans - Converse | Negative Ranks | 4 ^a | 3.00 | 12.00 |
| | Positive Ranks | 1 ^b | 3.00 | 3.00 |
| | Ties | 95 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 4 responden yang menilai kinerja produk sepatu merek Converse lebih baik daripada kinerja produk sepatu merek Vans, 1 orang responden menilai kinerja produk sepatu merek Vans lebih baik daripada kinerja produk sepatu merek Converse, sedangkan 95 responden menilai kinerja produk sepatu merek Converse dan Vans dalah sama.

Test Statistics^a

| | |
|------------------------|---------------------|
| | Vans - Converse |
| Z | -1.342 ^b |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .180 |

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,180. Karena $0,180 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara kinerja produk sepatu merek Converse dan Vans.

3.2 Kesesuaian Dengan Spesifikasi (*Conformance to Spesification*)

Tabel 2 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Kesesuaian dengan Spesifikasi

| | | Ranks | | |
|-----------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
| Vans - Converse | Negative Ranks | 31 ^a | 30.81 | 955.00 |
| | Positive Ranks | 32 ^b | 33.16 | 1061.00 |
| | Ties | 37 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui 31 orang responden yang menilai kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Converse lebih baik daripada kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Vans, 32 orang responden menilai kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Vans lebih baik daripada kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Converse, sedangkan 37 orang responden menilai kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Converse dan Vans adalah sama.

Test Statistics^a

| | Vans - Converse |
|------------------------|--------------------|
| Z | -.372 ^b |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .710 |

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,710. Karena $0,710 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara kesesuaian dengan spesifikasi produk sepatu merek Converse dan Vans.

3.3 Daya Tahan (*Durability*)

Tabel 3 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Daya Tahan

Ranks

| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|-----------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| Vans – Converse | Negative Ranks | 32 ^a | 42.89 | 1372.50 |
| | Positive Ranks | 43 ^b | 34.36 | 1477.50 |
| | Ties | 25 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Dari tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 32 orang responden yang menilai daya tahan produk sepatu merek Converse lebih baik daripada daya tahan produk sepatu merek Vans, 43 orang responden menilai daya tahan produk sepatu merek Vans lebih baik daripada daya tahan produk sepatu merek Converse, sedangkan 95 responden menilai daya tahan produk sepatu merek Converse dan Vans adalah sama.

Test Statistics^a

| | Vans - Converse |
|------------------------|--------------------|
| Z | -.282 ^b |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .778 |

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on negative ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,778. Karena $0,778 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara daya tahan produk sepatu merek Converse dan Vans.

3.4 Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*)

Tabel 4 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Kemampuan Pelayanan

Ranks

| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
|--------------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| Vans - Converse | Negative Ranks | 19 ^a | 21.76 | 413.50 |
| | Positive Ranks | 21 ^b | 19.36 | 406.50 |
| | Ties | 60 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan data diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 19 orang responden yang menilai kemampuan pelayanan produk sepatu merek Converse lebih baik daripada kemampuan pelayanan produk sepatu merek Vans, 21 orang responden menilai kemampuan pelayanan produk sepatu merek Vans lebih baik daripada kemampuan pelayanan produk sepatu merek Converse, sedangkan 60 responden menilai kemampuan pelayanan produk sepatu merek Converse dan Vans adalah sama.

Test Statistics^a

| | Vans - Converse |
|------------------------|--------------------|
| Z | -.051 ^b |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .959 |

- a. Wilcoxon Signed Ranks Test
- b. Based on positive ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,959. Karena $0,959 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara kemampuan pelayanan produk sepatu merek Converse dan Vans.

3.5 Estetika (*Aesthetics*)

Tabel 5 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Estetika

| | | Ranks | | |
|--------------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
| Vans - Converse | Negative Ranks | 26 ^a | 24.27 | 631.00 |
| | Positive Ranks | 23 ^b | 25.83 | 594.00 |
| | Ties | 51 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 26 orang responden yang menilai estetika produk sepatu merek Converse lebih baik daripada estetika produk sepatu merek Vans, 23 orang responden menilai estetika produk sepatu merek Vans lebih baik daripada estetika produk sepatu merek Converse, sedangkan 51 responden menilai estetika produk sepatu merek Converse dan Vans adalah sama.

Test Statistics^a

| | Vans - Converse |
|------------------------|--------------------|
| Z | -.200 ^b |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | .842 |

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on positive ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,842. Karena $0,842 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara estetika produk sepatu merek Converse dan Vans.

3.6 Persepsi Kualitas (*Perceived Quality*)

Tabel 6 Hasil Uji Wilcoxon Kualitas Produk Terhadap Persepsi Kualitas

| | | Ranks | | |
|--------------------|----------------|-----------------|-----------|--------------|
| | | N | Mean Rank | Sum of Ranks |
| Vans - Converse | Negative Ranks | 31 ^a | 34.26 | 1062.00 |
| | Positive Ranks | 35 ^b | 32.83 | 1149.00 |
| | Ties | 34 ^c | | |
| | Total | 100 | | |

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas, maka dapat diketahui bahwa terdapat 31 orang responden yang menilai perspsi kualitas produk sepatu merek Converse lebih baik daripada persepsi kualitas produk sepatu merek Vans, 23 orang responden menilai persepsi kualitas produk sepatu merek Vans lebih baik daripada perspsi kualitas produk sepatu merek Converse, sedangkan 51 responden menilai persepsi kualitas produk sepatu merek Converse dan Vans adalah sama.

Test Statistics^a

| | Vans - Converse |
|----------------------------|--------------------|
| Z | -.285 ^b |
| Asymp. Sig. (2- tailed) | .776 |

a. Wilcoxon Signed Ranks Test

b. Based on negative ranks.

Sumber: Hasil Uji Analisa

Berdasarkan tabel diatas nilai Asymp.Sig.(2-tailed) menunjukkan 0,776. Karena $0,776 > 0,05$ maka dinyatakan terdapat perbedaan yang signifikan antara persepsi kualitas produk sepatu merek Converse dan Vans.

A. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Kinerja Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t–test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap kinerja merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap kinerja disebabkan oleh perbedaan tingkat kenyamanan dan keamanan dalam penggunaan sepatu merek Converse dan Vans.

B. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Kesesuaian Dengan Spesifikasi Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t–test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi disebabkan oleh kesesuaian nomor seri pada kemasan dan sesuai dengan spesifikasi dalam sepatu merek Converse dan Vans.

C. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Daya Tahan Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t–test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap daya tahan merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap daya tahan disebabkan oleh perbedaan tingkat kekuatan yang tahan lama, warna tidak mudah pudar, dan sol sepatu tidak mudah rusak dalam penggunaan sepatu merek Converse dan Vans.

D. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Kemampuan Pelayanan Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t–test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap kemampuan pelayanan merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap kemampuan pelayanan disebabkan oleh perawatan sepatu yang mudah dilakukan dalam sepatu merek Converse dan Vans.

E. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Estetika Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t-test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap estetika merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap estetika disebabkan oleh desain sepatu yang menarik dalam sepatu merek Converse dan Vans.

F. Uji Beda Kualitas Produk Terhadap Persepsi Kualitas Sepatu Converse dan Sepatu Vans

Dari hasil pengujian paired sampel t-test menggunakan uji Wilcoxon menunjukkan, terdapat perbedaan kualitas produk terhadap persepsi kualitas merek sepatu Converse dan Vans. Penulis berpendapat bahwa adanya perbedaan kualitas produk terhadap persepsi kualitas disebabkan oleh reputasi yang baik dan meningkatkan rasa percaya diri dalam penggunaan sepatu merek Converse dan Vans.

4. SIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis perbedaan kualitas sepatu Converse dan Vans menurut masyarakat Surabaya. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang pernah menggunakan sepatu Converse dan sepatu Vans. Berdasarkan data yang telah dihimpun melalui kuisioner dan dianalisis, maka dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan kualitas sepatu Converse dan Vans, hal ini dapat dibuktikan dengan hasil pengujian paired sampel t-test menggunakan uji Wilcoxon dengan enam dimensi diantaranya, uji beda kualitas produk terhadap kinerja, uji beda kualitas produk terhadap kesesuaian dengan spesifikasi, uji beda kualitas produk terhadap daya tahan, uji beda kualitas produk terhadap kemampuan pelayanan, uji beda kualitas produk terhadap estetika, dan uji beda kualitas produk terhadap persepsi kualitas.

Saran bagi perusahaan adanya perbedaan kualitas sepatu Converse dan sepatu Vans bagi masyarakat Surabaya menunjukkan adanya ketertarikan yang diberikan oleh masyarakat kepada pihak perusahaan. perusahaan sepatu Converse dan Vans harus meningkatkan kualitas sepatu yang diproduksi. Selain itu kedua perusahaan ini harus menciptakan inovasi-inovasi baru dalam proses pembuatan sepatu agar masyarakat lebih tertarik dalam membeli produk tersebut. Sedangkan saran bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memberikan metode pengujian yang berbeda untuk mendapatkan hasil perbandingan metode yang digunakan agar memperluas topik pembahasan. Selain itu, semakain banyak metode yang digunakan dan pengujian yang digunakan maka penelitian akan lebih memberikan wawasan kepada peneliti selanjutnya.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin & Tantri, F. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Abdurrahman, Nana Herdiana. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Assauri, S. (2013). *Manajemen Pemasaran Cetakan Ke-12*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, La Ode Almana et al (2008) *Manajemen Pemasaran Modern, Liberty*, Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Indrawan, Rully. 2014. Metodologi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Surabaya: Refika Aditama
- Kotler, Philip & Armstrong, G. (2014). Principles Of Marketing (15th Edition). Harlow: Pearson Education
- Malau, Harman. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Alfabeta
- Sedyawan, Andhyka & Feny Mustafa. (2013). Entreprenista: ternyata wanita lebih mudah kaya & bahagia. Jakarta: QultumMedia
- Setyaningrum, A., Udaya, J. & Efendi. (2015). Prinsip-prinsip Pemasaran. Yogyakarta: ANDI
- Soewadji, Jusuf, Pengantar Metodologi Peneletian, Jakarta: Mitra Wacana Media, 2012.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sunyoto, Danang. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service)
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: ANDI.
- Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. La Ode Almanca et al, 2018. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6 thed. Mc.Graw-Hill. Boston.
- Ika Oktavianti, (2014), Uji Komparasi Konsumen Pembeli Kopi ABC Susu dan Torabika Susu.
- Monica Dewi, (2017) Analisis Perbandingan Kualitas Produk Dan Harga Pada Sepatu Nike Dan Adidas Di Bandar Lampung.
- Ririn, Afriani dan Lindawati, Lindawati And Wiry, Utami (2020) Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Sepeda Motor Honda Pcx Dan Yamaha Nmax (Studi Kasus Di Kota Padang) Berisi berbagai kesimpulan yang diambil berdasarkan penelitian yang telah dilakukan. Berisi pernyataan singkat tentang hasil yang disarikan dari pembahasan. Saran dapat dituliskan pada bagian paling akhir