

**TINJAUAN CITRA MEREK *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC)
DI KOTA PADANG**

TUGAS AKHIR

*Diajukan kepada Tim Penguji Tugas Akhir Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII)
sebagai Salah Satu Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya*



Oleh

MIFTAHUL RIZKI

2018-18134056

PROGRAM STUDI DIPLOMA III MANAJEMEN PERDAGANGAN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NEGERI PADANG

2023

PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

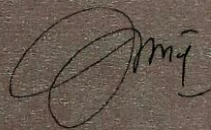
TINJAUAN CITRA MEREK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) DI KOTA
PADANG

Nama : Miftahul Rizki
NIM / TM : 18134056 / 2018
Program Studi : Diploma III Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

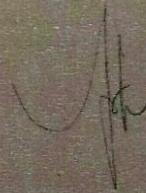
Disetujui oleh,
Koordinator
Manajemen Perdagangan

Padang, Agustus 2023

Disetujui Oleh,
Pemimbing Tugas Akhir



Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D
NIP. 19751209 199903 2 001



Astra Prima Budiarti, SE, BBA, HONS., MM
NIDN.00-2612-8903

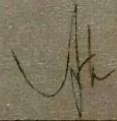
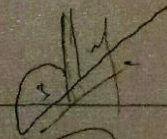
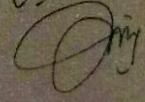
HALAMAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

TINJAUAN CITRA MEREK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) DI KOTA
PADANG

Nama : Miftahul Rizki
Nim : 18134056
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Dinyatakan Lulus Setelah Diuji di Depan Tim Penguji Tugas Akhir Prodi Manajemen
Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Padang

Padang, Agustus 2023

No.	Nama	Tim Penguji	Tanda Tangan
1	Astra Prima Budiarti, SE, BBA.Hons, M.M	(Ketua)	
2	Astri Yuza Sari, SE, MM	(Anggota)	
3	Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph. D	(Anggota)	

SURAT PERNYATAAN

Saya yang betanda tangan dibawah ini :

Nama : MIFTAHUL RIZKI
Thn. Masuk/NIM : 2018 / 18134056
Tempat/Tgl. Lahir : Kubang / 11 Desember 1999
Program Studi : Manajemen Perdagangan
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Alamat : Kubang, Kabupaten Lima Puluh kota
Judul Tugas Akhir : Tinjauan Citra Merek Kentucky Fried Chicken
(Kfc)di Kota Padang.

Dengan ini saya menyatakan

1. Tugas akhir saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk kepentingan akademik baik di Universitas Negeri Padang maupun perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan pemikiran saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. Dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.
4. Tugas akhir ini sah apabila telah ditandatangani asli oleh pembimbing, tim penguji dan ketua program studi.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh karena Tugas Akhir ini, serta sanksi lainnya sesuai aturan yang berlaku.

Padang, Agustus 2023

Miftahul Rizki
NIM. 18134056

ABSTRAK

**Judul Tugas Akhir : Tinjauan Citra Merek Kentucky Fried Chicken (KFC)
Di Kota Padang.**

Dosen Pembimbing : Astra Prima Budiarti,SE,BBA,Hons.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tinjauan citra merek pada pembelian Kentucky Fried Chicken (KFC) pada konsumen KFC di Kota Padang berdasarkan indikator citra merek yaitu Kekuatan (*strengthness*), Keunikan (*uniqueness*), dan Kesukaan (*favorable*). Penelitian ini menggunakan satu variable yaitu citra merek. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif. Sampel penelitian ini adalah konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) dengan jumlah sampel sebanyak 30 responden yang di dapat dengan metode *unkwon sample*. Metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner (angket) dan studi kepustakaan . Berdasarkan hasil yang telah diperoleh skor total sebesar 119.5 dengan rata-rata keseluruhan sebesar 3.98 dan TCR 80% dengan kategori (tinggi). Artinya citra merek pada Kentucky Fried Chicken (KFC) , memiliki citra yang baik dibenak konsumen Kentucky Fried Chicken (KFC) dikota Padang.

Kata Kunci : Citra Merek adalah Kekuatan (*strengthness*), Keunikan (*uniqueness*),

Kesukaan (*favorable*).

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat kurnia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“TINJAUAN CITRA MEREK KENTUCKY FRIED CHICKEN (KFC) DI KOTA PADANG”**. Tugas Akhir ini sebagai salah satu syarat bagi penulis untuk memperoleh gelar Ahli Madya pada Program Studi Manajemen Perdagangan (DIII) Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.

Dalam penulisan tugas akhir ini penulis tidak terlepas dari hambatan dan rintangan. Meskipun demikian, atas bimbingan, bantuan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak maka penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof.Perengki Susanto,SE, M Sc, Ph D selaku Dekan Beserta Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
2. Ibu Dina Patrisia, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Perdagangan Diploma III Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang.
3. Ibu Astra Prima Budiarti, SE, BBA, Hons selaku dosen pemimbing Tugas Akhir, yang telah memberi ilmu, pengarahan, perhatian, saran, masukan dan semangat bagi penulis dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
4. Bapak dan Ibu Dosen, Staf Pengajar dan Karyawan Program Studi Diploma III Fakultas Ekonomi UNP yang telah memimbing dan berbagi ilmu pengetahuan kepada penulis selama diperkuliahan.
5. Staf Administrasi Program Studi Diploma III, yang telah memberikan bantuan bagi penulis dalam mengurus berbagai keperluan administrasi.
6. Bapak dan Ibu staf kepastakaan pusat Universitas Negeri Padang dan ruang baca Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang telah memberikan penulis kemudahan dalam memperoleh bahan bacaan yang penulis butuhkan.
7. Terutama penulis ucapkan kepada Keluarga tercinta yang telah memberikan kasih sayang dan dukungan selama penulis kuliah hingga penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Terima kasih penulis ucapkan kepada teman-teman Program Studi Diploma III angkatan 2018 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang yang sama-sama

berjuang dan memberikan banyak motivasi, saran, serta dukungan yang sangat berguna bagi penulis.

Dengan keterbatasan pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi kesempurnaan penelitian Tugas Akhir dimasa mendatang.

Padang, Agustus2023

Penulis

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Citra Merek	9
B. Faktor Yang Mempengaruhi Citra Merek.....	10
C. Indikator Citra Merek	11
BAB III METODE PENELITIAN	16
A. Bentuk Penelitian Tugas Akhir	16
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	16
C. Rancangan Penelitian	17
1. Jenis Penelitian	17
2. Objek Penelitian	17
3. Tahapan Penelitian	17
4. Populasi Dan Sampel.....	19
5. Teknik Pengumpulan Data	20
6. Teknik Analisis Data	21
7. Sumber Data	23
BAB IV PEMBAHASAN.....	24
A. Profil Perusahaan.....	24
1. Sejarah Perusahaan KFC.....	24
2. Visi Dan Misi Perusahaan.....	28
3. Logo Perusahaan	28

B. Hasil Penelitian.....	29
1. Deskripsi Karakteristik Responden.....	29
2. Hasil Pengolahan Data	34
3. Pembahasan.....	41
BAB V PENUTUP	47
A. Kesimpulan	47
B. Saran	48
DAFTAR PUSTAKA	49
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Data Penjualan KFC.....	1
Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	3
Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	4
Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	29
Tabel 5. Karakteristik Resoonden Berdasarkan Pengeluaran Perbulan	30
Tabel 6. Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	31
Tabel 7. Kekuatan (<i>strengthness</i>) Citra Merek.....	32
Tabel 8. Keunikan (<i>uniqueness</i>).....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Top Brand Fast Food Tahun 2020.....	5
Gambar 2. Logo KFC.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	54
Lampiran 2. Tabel item pertanyaan.....	54

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi yang sangat sehingga mengarah pada persaingan bisnis yang sangat ketat, terlebih khusus pada perusahaan yang memiliki produk yang sama. Salah satu perusahaan yang sangat berkembang saat ini adalah perusahaan makanan cepat saji atau *fast food*. Tidak dipungkiri melihat perkembangan sosial dan budaya masyarakat pun ikut berubah seiring perkembangan zaman, sebagai contohnya semua serba praktis khususnya makanan. Banyak masyarakat yang memilih makanan serba instan karena dianggap lebih efisien perlu menghabiskan waktu untuk membuatnya terlebih dahulu.

Tabel 1.
Restoran Cepat Saji Paling Populer Di Indonesia

NO	BRAND	TOP BRAND INDEX
1	KFC	27,2%
2	MC Donalds	26,2%
3	Hoka-Hoka Bento	9,4%
4	A & w	7,6%
5	Richeese Factory	4,7%

Sumber : Databoks, 2020

Di Kota Padang, jumlah gerai makanan cepat saji juga bertambah banyak, baik itu restoran besar maupun toko-toko kecil yang menjual makanan cepat saji, khususnya makanan ayam goreng. Para pengusaha

dan restoran cepat saji yang menjual ayam goreng pun saling bersaing meningkatkan produk dan juga merek mereka. Banyaknya pilihan makanan cepat saji khususnya ayam goreng atau *fried chicken* membuat konsumen memiliki banyak pertimbangan ketika akan memutuskan memilih suatu produk. Dari beberapa restoran cepat saji yang berada di Indonesia merupakan perusahaan yang berasal dari luar negeri. Berikut ini ada beberapa restoran cepat saji yang ada di Kota Padang yaitu, *Kentucky Fried Chicken* (KFC), *Mc Donald*, *CFC*, *Wendys*, *Richeese Factory* dan *Texas Chicken*.

Salah satu perusahaan *fried chicken* atau ayam goreng yang memiliki *brand image* atau citra merek yang baik dan sudah banyak dikenal oleh masyarakat disegala kalangan adalah merek *Kentucky Fried Chicken* (KFC). KFC memiliki keunggulan lebih dibandingkan pesaingnya. KFC telah membuka berbagai *outlet* diseluruh Indonesia, salah satunya di Kota Padang. KFC di Kota Padang telah mengalami kesuksesan dengan membuka banyak cabangnya.

Berikut adalah *outlet-outlet* KFC yang ada di Kota Padang:

Tabel 2.
Daftar Outlet-Outlet KFC di Kota Padang

No.	Nama Outlet	Lokasi
1	KFC Axana	Jl. Bundo Kandung No. 14–16 Kampung Pondok.
2	KFC Purus	Jl. Veteran, Purus, Padang Barat
3	KFC Transmart	Jl. Khatib Sulaiman
4	KFC SPBU Khatib Sulaiman	Jl. Khatib Sulaiman
5	KFC Plaza Andalas	Jl. Pemuda Olo Padang Parat
6	KFC Ahmad Yani	Jl. Patimura No.23 Olo, Padang Barat
7	KFC Basko Grand Mall	Jl. Prof. Dr. Hamka No. 2 A Air Tawar Timur
8	KFC Air Pacah	Jl. By Pass Aie Pacah

Sumber: Artikel Tribun News, Tahun 2019

Berdasarkan tabel diatas terlihat KFC memiliki cabang yang cukup banyak yakni 8 *outlet* yang ada dibanding restoran cepat saji yang ada di Kota Padang. ini membuktikan bahwa KFC sangat digemari oleh masyarakat Kota Padang. Dengan begitu *brand image* KFC di Kota Padang memiliki *brand image* atau citra merek yang bagus. Dengan adanya *brand image* atau citra merek yang sudah melekat dibenak masyarakat ini akan menimbulkan kepercayaan atau kesetiaan mereka terhadap *brand* tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2007), citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen. Seseorang yang tahu citra merek, berarti orang tersebut mempunyai persepsi atau kepercayaan mengenai produk tersebut meski hanya mendengar atau melihat merek tersebut baik logo ataupun tulisan juga merasa puas dengan kualitas dari produk tersebut.

KFC yang telah memiliki *brand image* yang cukup bagus itu akan berpengaruh kepada perusahaan dengan begitu perusahaan selalu meningkatkan citra atau *image* perusahaannya agar konsumen setia dengan perusahaannya. Berikut jumlah penjualan KFC selama tiga tahun terakhir:

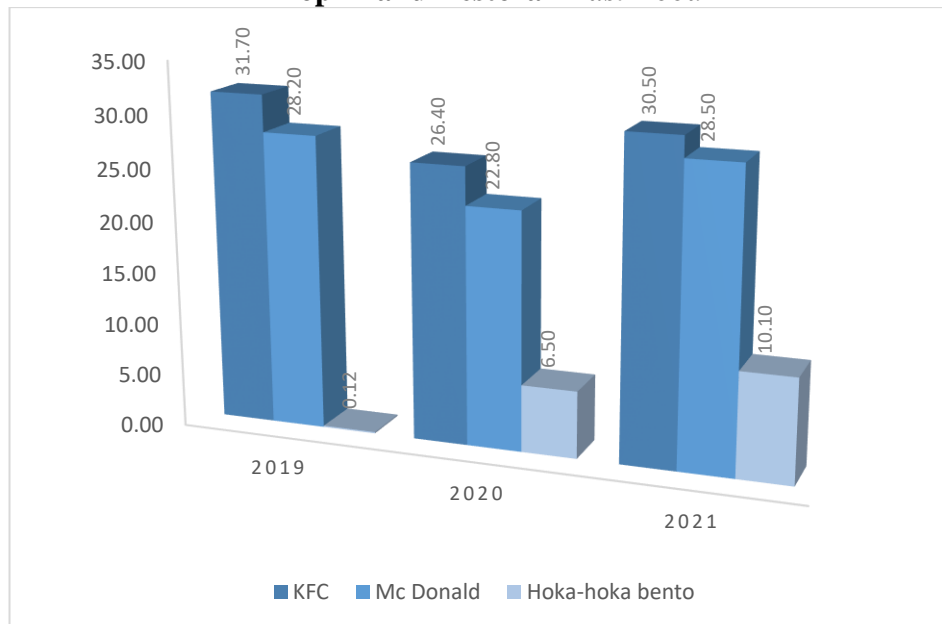
Tabel 3.
Data Penjualan KFC di Indonesia

No.	Tahun	Jumlah Pendapatan
1	2018	6,01 Triliun
2	2019	6,70 Triliun
3	2020	4,84 Triliun

Sumber: KFC, Tahun 2021

Berdasarkan tabel diatas penjualan KFC cukup baik, namun pada tahun 2020 mengalami penurunan ini disebabkan oleh wabah *covid-19* yang membuat beberapa sektor di Indonesia terganggu, salah satunya dibidang makanan. Namun itu tidak menjadi penghalang bagi KFC, Pada tiga tahun terakhir KFC menjadi *Top Brand Award* pada restoran *fast food* di Indonesia.

Gambar 1.
Top Brand Restoran *Fast Food*



Sumber: Top Brand Award, Tahun 2020

Berdasarkan diagram diatas terdapat 3 (tiga) merek restoran cepat saji atau *fast food* yang ada di Indonesia, dari ketiga merek tersebut KFC meraih peringkat tertinggi selama tiga tahun berturut-turut dibanding merek lainnya dengan *top brand index* paling tinggi sebesar 31.70% . Dengan gambaran grafik diatas menunjukkan bahwa KFC memiliki *brand image* yang bagus.

Meskipun *top index* KFC tiga tahun ini mengalami naik turun dikarenakan wabah pandemi *covid-19* yang membuat pemerintah memberlakukan *lockdown* atau karantina, membuat beberapa gerai makanan cepat saji mengalami kerugian hingga harus menutup gerai-gerai dikarenakan masyarakat tidak bisa makan di luar dan pembatasan untuk berpergian. Seiring berjalannya waktu KFC terus meningkatkan penjualan

mereka dengan berbagai promosi sehingga mereka bisa mempertahankan kualitas produk dan juga *brand image* atau citra merek dari perusahaannya. Penulis melakukan dengan beberapa testimonial konsumen yang berada di Kota Padang terhadap restoran cepat saji KFC. Beberapa konsumen mengatakan:

“Saya memilih KFC dibanding restoran cepat saji lainnya karena KFC sudah memiliki citra yang bagus sejak dulunya. KFC juga memiliki ciri khas yaitu memiliki rasa yang lebih enak dan harga yang terjangkau dibanding *fast food* lainnya.” (Informan, 22 Tahun).

“Menurut saya KFC adalah gerai makanan cepat saji yang pernah ada di Indonesia dari dulu sampai saat ini. KFC memiliki rasa ayam nya yang meresap sampai kedalam dan berbeda dengan ayam goreng lainnya. Dan KFC selalu berinovasi pada produk mereka sehingga konsumen tidak merasa bosan.” (Informan, 30 Tahun).

“menurut saya KFC memiliki citra merek yang bagus, karena KFC merupakan *brand* restoran cepat saji yang terkenal di Indonesia. Ayam goreng KFC juga memiliki rasa yang terjaga. Ketika mendengar KFC saya akan teringat dengan ayam gorengnya yang enak dan juga nama KFC sangat familiar bagi saya.” (Informan, 22 Tahun).

Dari hasil wawancara tersebut, mereka mengaku memilih KFC dikarenakan KFC memiliki *brand image* yang bagus , KFC juga memiliki harga yang terjangkau di semua kalangan masyarakat, KFC juga

mempunyai ciri khas tersendiri pada produknya dan KFC selalu berinovasi pada produknya agar memiliki variasi agar konsumen tidak merasa bosan.

Jika suatu merek telah memiliki citra merek yang bagus maka itu akan menjadi nilai sangat penting bagi perusahaan, karena konsumen akan lebih mudah mengenali walaupun hanya mendengar atau melihat merek tersebut. Ini juga akan berpengaruh kepada keputusan pembelian nantinya. Dengan begitu perusahaan harus bisa mempertahankan citra merek dari perusahaan mereka.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka muncul suatu permasalahan yang menarik diteliti yaitu : **“TINJAUAN CITRA MEREK *KENTUCKY FRIED CHICKEN* (KFC) DI KOTA PADANG”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan masalah yang telah diuraikan diatas maka permasalahan yang diambil adalah bagaimana Citra Merek pada pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC) ?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui citra merek pada pembelian *Kentucky Fried Chicken* (KFC).

D. Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini dapat memberikan mafaat, diantaranya :

1. Penulis

Sebagai syarat untuk memenuhi Tugas Akhir Program Studi DIII jurusan Manajemen Perdagangan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang dan sebagai bahan referensi bagi para pembaca untuk sebagai melakukan penelitian berikutnya.

2. Akademis

Sebagai karya ilmiah yang dapat dijadikan referensi ataupun tambahan informasi bagi civitas akademik Universitas Negeri Padang.

3. Perusahaan

Dapat mengetahui keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat memenuhi keinginan pasar dengan dalam menciptakan produk yang sesuai dikalangan konsumen.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari pengolahan data penelitian yang telah dilakukan, maka penulis menarik kesimpulan mengenai “Tinjauan Citra Merek Kentucky Fried Chicken di Kota Padang” yaitu:

1. Citra merek pada produk KFC sudah memiliki citra yang baik di kalangan konsumennya. Dimana KFC memiliki keunggulan-keunggulan dan keunikan pada produk yang tidak dijumpai pada merek *fastfood* lainnya. Didukung dengan TCR secara keseluruhan memperoleh hasil yaitu 80% dengan kategori tinggi . hal sesuai dengan hasil ketiga indikator citra merek yaitu : Kekuatan, keunikan, dan kesukaan.
2. Keunggulan pada citra merek KFC terletak pada kemampuan merek KFC yang memiliki kesan yang terkenal dibenak penggunnya. Didukung dengan hasil Top Brand Award tahun 2020 bahwa KFC merupakan restoran cepat saji terbaik
3. Kekurangan pada citra merek KFC dilihat dari segi keunikan. yakni KFC cenderung memiliki desain yang kurang menarik dibanding produk kompotitor yang memiliki desain lebih unik dan menarik.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis uraikan sebelumnya, maka saran yang dapat penulis usulkan sebagai berikut:

1. Dari segi kekuatan, sebaiknya KFC terus meningkatkan kekuatan citra mereknya dengan mempertahankan kualitas produknya, agar memiliki keunggulan-keunggulan yang tidak ada pada restoran *fast food* lain. Seperti : keunggulan fisik produk, harga produk, dan penampilan fisik produk.
2. Dari segi keunikan, KFC sebaiknya terus berinovasi untuk mempertahankan keunggulan atribut fisik seperti kualitas produk dan penampilan produk agar memiliki diferensiasi yang menjadi daya Tarik bagi konsumen. Seperti : pembaruan desain pada produk KFC agar lebih menarik perhatian konsumen
3. Lebih meningkatkan kualitas produk agar konsumen baru tidak ragu dengan produk KFC, perlu meyakinkan konsumen dengan inovasi seperti : inovasi pada varian menu, memberikan paket harga sangat menarik yaang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen / pelanggannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020) .Pengaruh Citra Merek , Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. Vol 12 No.1, 32–39.
- Adrian Junio Adiwidjaja dan Zeplin Jiwa Husada Tarigan (2017). Keputusan Pembelian Sepatu Converse. *Agora*, 5.
- Basuki, K. (2019).Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Mahasiswi Membeli Produk Kecantikan Myabellie (Studi Kasus Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Jambi) Skripsi. *ISSN 2502-3632 (Online) ISSN 2356-0304 (Paper) Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Badan Pendidikan dan Pelatihan Kemhan RI. (2023). Diakses 29 August 2023, dari <https://www.kemhan.go.id/badiklat/2013/02/18/sejarah-dan-asal-usul-kfc.html>*
- KFC Logo and symbol, meaning, history, PNG, brand. (2023). Retrieved 29 August 2023, from <https://1000logos.net/kfc-logo/>*
- Laras, G M D (2018). Peran Citra Merek Indomie terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Padjajaran. Manajemen Pemasaran.
- Mandey, S. dan Wangean, R. (2014) . Analisis Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mobil All New Kia Rio Di Kota Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(3), 1715–1725.
- Nofri, O. dan Hafifah, A. (2018). Analisis Perilaku Konsumen Dalam Melakukan Online Shopping Di Kota Makassar. *Jurnal Minds: Manajemen Ide dan Inspirasi*, 5(1), 113–132.
- Rahmadani, C. A. (2019). Pengaruh Brand Image Service Quality dan Trust Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Nasabah BANK BRI Yogyakarta. 34.
- Sangadji, E M dan Sopiah (2013). *Perilaku Konsumen*. Edisi 1. Surakarta : Andi