PENGARUH HARGA JUAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA TOKO PERTANIAN TANI SUKSES

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi,
Universitas Nusantara PGRI Kediri

Disusun oleh:

MAHILDA REXY YONANTA
NPM. 11.1.02.02.0050

PROGAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2015

Skripsi oleh :

MAHILDA REXY YONANTA
NPM. 11.1.02.02.0050

Judul :

PENGARUH HARGA JUAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA TOKO PERTANIAN TANI SUKSES

Telah Disetujui untuk Diajukan Kepada Panitin Ujian / Sidang Skripsi
Prodi Manajemen FE UNP Kediri

Tanggal :.....

Dosen Pembimbing I	Dosen Pembimbing II
Prof. Dr. H. Sugiono, S.pd., M.M	**Poniran Yudho Leksono,S.E.,M.M**
NIDN. 0014015706	**NIDN. 0704047301**

Skripsi Oleh:

MAHILDA REXY YONANTA
NPM. 11.1.02.02.0050

Judul :

PENGARUH HARGA JUAL, KUALITAS PELAYANAN, DAN STRATEGI PROMOSI TERHADAP OMZET PENJUALAN PADA TOKO PERTANIAN TANI SUKSES

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada tanggal :

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji,

1. Ketua : Prof. Dr. H. Sugiono, S.Pd., M.M
2. Penguji I : Dr. Ec. Subagyo, M.M
3. Penguji II : Poniran Yudho Leksono, S.E., M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Ec. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

ANALISIS STRATEGI PEMASARAN DENGAN *SWOT ANALYSIS* PADA DEALER MINERVA MOTOR KEDIRI

Mahilda Rexy Yonanta
11.1.02.02.0050
FE-MANAJEMEN
Mrexyyonanta@gmail.com
Prof. Dr. H. Sugiono, S.Pd., M.M dan Poniran Yudho Leksono, S.E.,M.M
UN PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Semakin sengitnya persaingan toko yang menjual produk obat-obatan pertanian di desa Kebonrejo-Kepung. Menyebabkan perlu adanya perhatian dan tindakan yang berhubungan dengan permasalahan harga jual, kualitas pelayanan dan strategi promosi sebagai bentuk strategi pemasaran yang tepat agar omzet penjualan yang di targetkan toko pertanian Tani Sukses tercapai. Konsumen akan melakukan pembelian bila harga jual terjangkau, kualitas pelayanan baik, dan menerapkan strategi promosi yang tepat. Apabila toko pertanian Tani Sukses mampu menjalankan ketiga hal diatas, maka omzet penjualan dan laba yang diinginkan pun dapat tercapai.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen yang kebetulan sedang berbelanja di toko pertanian Tani Sukses. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *accidental sampling* sebanyak 60 responden. Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah harga jual, kualitas pelayanan, strategi promosi dan omzet penjualan sebagai variabel terikat. Data yang diambil metode kuesioner (angket). Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, dengan mempertimbangkan syarat uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Pengujian hipotesis yang digunakan adalah uji statistik secara parsial (uji t) dan uji statistik secara simultan (uji F).

Hasil uji secara parsial (uji t) maupun secara simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga jual, kualitas pelayanan, strategi promosi mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian, disarankan untuk toko pertanian Tani Sukses untuk terus menetapkan harga jual dengan baik, menjaga kualitas pelayanannya, menetapkan strategi promosi yang tepat, agar konsumen mempunyai persepsi bahwa toko pertanian Tani Sukses tidak akan mengecewakan konsumennya, sehingga hal tersebut meningkatkan omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses.

Kata kunci : *Harga Jual, Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi, Omzet Penjualan.*

I. LATAR BELAKANG

Kemajuan dalam bidang pertanian selama ini telah banyak membawa akibat dalam perkembangan bidang usaha. Sejalan dengan hal tersebut, banyak bermunculan retailing atau pengecer dalam bentuk toko atau kios obat pertanian yang berlomba-lomba dalam menyediakan segala kebutuhan para petani. Hal tersebut pasti akan menimbulkan persaingan antar peritel dalam menguasai pasar, mengingat bisnis dalam bidang ini mempunyai siklus hidup yang panjang dan cukup menjanjikan. Oleh karena itu setiap retailer harus menerapkan strategi pemasaran yang terbaik agar mampu menguasai pasar yang diinginkan.

Definisi omzet penjualan menurut kamus bahasa bahasa Indonesia (2000:626), adalah jumlah hasil penjualan (dagangan), omzet penjualan total jumlah penjualan barang/jasa dari laporan laba rugi perusahaan (laporan operasi) selama periode penjualan tertentu. Menurut Swastha (2004:403) penjualan adalah interaksi antara individu saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran sehingga menguntungkan bagi pihak lain.

Menurut Sopiah dan Syihabudhin (2008:90) menjelaskan bahwa harga merupakan faktor utama dalam menentukan posisi dan harus diputuskan sesuai pasar sasarannya, bauran ragam produk dan pelayanan, serta kondisi persaingan.

Menurut Barata, (2004:23) menjelaskan bahwa pelayanan yang memuaskan, akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian di kios tersebut. Maka secara langsung atau tidak langsung, citra layanannya akan tersebar luas karena kepuasan yang dirasakan pelanggannya dan akan disampaikan pelanggan yang satu ke pelanggan lainnya secara berantai.

Menurut Rangkuti (2001:13), strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan perusahaan dalam kaitannya dengan tujuan jangka panjang, program tindak lanjut, serta prioritas alokasi sumber daya.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : ”Pengaruh Harga Jual, Kualitas Pelayanan, dan Strategi Promosi terhadap Omzet Penjualan Toko Pertanian Tani Sukses”

II. METODE

Variabel Penelitian

Variabel dependent atau terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas atau independent”. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah omzet penjualan (Y).

Pada penelitian ini yang menjadi variabel independent atau bebas disimbolkan dengan (X) adalah sebagai berikut : Harga Jual (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), Strategi Promosi (X_3)

Jenis Penelitian

Jenis penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan variabel yang sesungguhnya mempengaruhi variabel terikat.

Namun demikian, data yang diperlukan dalam penelitian ini belum tersedia sehingga masih perlu menyusun instrumen pengumpulan data secara struktural dan formal. Atas dasar kriteria ini, maka jenis penelitian yang sesuai adalah deskriptif atau survey.

Pendekatan Penelitian

Metode penelitian mempunyai peranan yang penting dalam suatu peneltian karena berhasil tidaknya pengujian suatu hipotesis sangat tergantung pada ketepatan dan ketelitian dalam menentukan metode yang digunakan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.

Tempat Penelitian

Dalam penelitian ini penulis melakukan kegiatan penelitian pada Toko pertanian "Tani Sukses" di desa Kebonrejo, Kec. Kepung, Kab.Kediri.

Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Mei - Oktober 2015. Dalam waktu tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan penelitian, mulai persiapan, pembuatan instrumen penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan.

Populasi

Menurut Sugiyono (2011:61) populasi adalah wilayah generelasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh konsumen yang membeli produk di toko pertanian "Tani Sukses".

Sampel

Menurut Sugiyono (2011:62) sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *random sampling* yaitu suatu teknik yang memberikan kesempatan yang sama dan dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata dalam pada anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel.

Penentuan jumlah sampel menurut Hair (1998) yang memegang peranan penting dalam estimasi dan interpretasi hasil maka ukuran sampel yang ideal dan representatif adalah tergantung pada jumlah variabel bebas dikalikan 15 sampai dengan 20. Dengan demikian sampel minimal untuk penelitian ini yang memiliki variabel bebas sebanyak 2 adalah 4 x 20 = 60 orang.

Untuk mendapatkan estimasi dan interpretasi yang baik dari penelitian ini maka sampel yang diteliti ditetapkan sebanyak 60 responden.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Validitas
Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas

Sumber : data primer yang diolah, 2015

No.	Variabel	r tabel	r hitung	Nilai Sig. probabilita statistic	Nilai uji probabilita statistic	Keterangan
1	Harga Jual					
	X1.1	0,261	0,497	0,05	0,000	Valid
	X1.2	0,261	0,557	0,05	0,000	Valid
	X1.3	0,261	0,605	0,05	0,000	Valid
	X1.4	0,261	0,492	0,05	0,000	Valid
	X1.5	0,261	0,478	0,05	0,000	Valid
	X1.6	0,261	0,295	0,05	0,000	Valid
2	**Kualitas Pelayanan**	**r tabel**	**r hitung**	**Nilai Sig. probabilita statistic**	**Nilai uji probabilita statistic**	**Keterangan**
	X2.1	0,261	0,459	0,05	0,000	Valid
	X2.2	0,261	0,295	0,05	0,000	Valid
	X2.3	0,261	0,503	0,05	0,000	Valid
	X2.4	0,261	0,463	0,05	0,000	Valid
	X2.5	0,261	0,409	0,05	0,000	Valid
	X2.6	0,261	0,479	0,05	0,000	Valid
3	**Strategi Promosi**	**r tabel**	**r hitung**	**Nilai Sig. probabilita statistic**	**Nilai uji probabilita statistic**	**Keterangan**
	X3.1	0,261	0,315	0,05	0,000	Valid
	X3.2	0,261	0,284	0,05	0,000	Valid
	X3.3	0,261	0,449	0,05	0,000	Valid
	X3.4	0,261	0,740	0,05	0,000	Valid
	X3.5	0,261	0,338	0,05	0,000	Valid
	X3.6	0,261	0,468	0,05	0,000	Valid
4	**Omzet Penjualan**	**r tabel**	**r hitung**	**Nilai Sig. probabilita statistic**	**Nilai uji probabilita statistic**	**Keterangan**
	Y1	0,261	0,720	0,05	0,000	Valid
	Y2	0,261	0,678	0,05	0,000	Valid
	Y3	0,261	0,802	0,05	0,000	Valid
	Y4	0,261	0,742	0,05	0,000	Valid
	Y5	0,261	0,707	0,05	0,000	Valid
	Y6	0,261	0,667	0,05	0,000	Valid

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,795[a]	,632	,612	2,190	1,756

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi

b. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Uji Reliabilitas

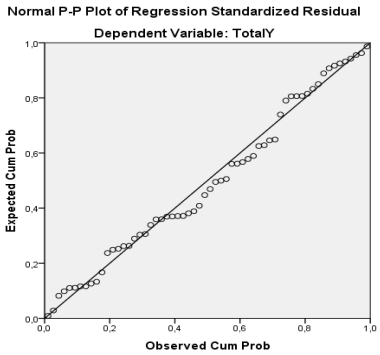
Sumber : data primer yang diolah, 2015

Hasil Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Gambar 4.1
Uji Normalitas



Uji Multikolinearitas

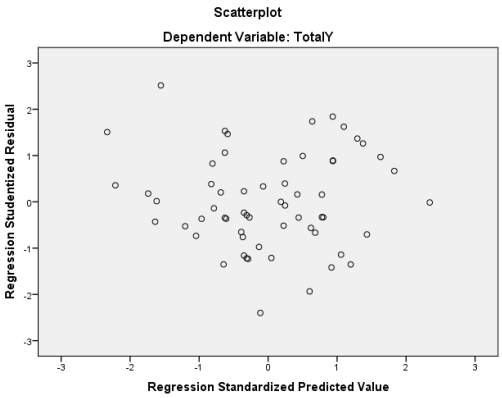
Variabel	*Tolerence*	VIF	Keterangan
Harga Jual (X_1)	0,411	2,436	Tidak Multikolinear
Kualitas Pelayanan (X_2)	0,375	2,665	Tidak Multikolinear
Strategi Promosi (X_3)	0,559	1,778	Tidak Multikolinear

Sumber : Data primer (Kuisioner), diolah 2015

Uji Autokorelasi

Sumber : Data primer (Kuisioner), diolah 2015

Uji Heteroskedastisitas



Sumber : data primer yang diolah, 2015

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,676	2,507		,270	,789		
	Harga Jual	,223	,128	,220	1,740	,087	,411	2,436
	Kualitas Pelayanan	,442	,165	,354	2,674	,010	,375	2,665
	Strategi promosi	,387	,129	,326	3,008	,004	,559	1,788

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

$Y = 0,676 + 0,223X_1 + 0,442X_2 + 0,387X_3$

Dari persamaan regresi tersebut di atas juga berarti :

A = Artinya apabila variabel harga jual (X_1),

kualitas pelayanan (X_2), strategi promosi (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali (=0), maka variabel omzet penjualan (Y) memiliki nilai sebesar 0,676

b_1: Artinya apabila variabel harga jual (X_1) naik 1

(satu) satuan dan kualitas pelayanan (X_2) dan strategi promosi (X_3) tetap, maka omzet penjualan akan naik sebesar 0,223

b_2: Artinya apabila variabel kualitas pelayanan (X_2) naik 1 (satu) satuan maka dan harga jual (X_1) dan Strategi promosi (X_3) tetap, maka omzet penjualan akan naik sebesar 0,442

b_3: Artinya apabila variabel strategi promosi (X_3) naik 1 (satu) satuan maka dan harga jual (X_1) dan ku pelayanan (X_2) tetap, maka omzet penjualan akan naik sebesar 0,387

Uji Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,795[a]	,632	,612	2,190	1,756

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan, Strategi promosi

b. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : output spss, 2015

Dari hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS for Windows versi 21.0 dapat diketahui bahwa nilai *R* adalah sebesar 0,795. Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah hubungan yang tinggi atau kuat. Sementara itu, diketahui nilai *adjusted R square* yang diperoleh sebesar 0,632.

Sedangkan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted* R^2) yang diperoleh sebesar 0,612. Hal ini berarti 61,2% omzet penjualan dapat dijelaskan oleh variabel harga jual, kualitas pelayanan, dan strategi promosi. Sedangkan sisanya yaitu 38,8% (100% - 61,2%) omzet penjualan dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,676	2,507		,270	,789		
	Harga Jual	,223	,128	,220	1,740	,087	,411	2,436
	Kualitas Pelayanan	,442	,165	,354	2,674	,010	,375	2,665
	Strategi promosi	,387	,129	,326	3,008	,004	,559	1,788

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan

Sumber : output spss, 2015

Berdasarkan tabel 4.13 di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. **Omzet Penjualan dipengaruhi Variabel Harga Jual**

   Variabel harga jual memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,740 sementara t_{tabel} sebesar 1,672 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (α/3;57) 1,672. Cara kedua juga bisa ditempuh yakni dengan membandingkan nilai signifikansi kompensasi dengan nilai signifikansi terbesar yang ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi kompensasi sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima.

   Berdasarkan perhitungan di atas, membuktikan bahwa harga jual secara parsial atau individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan.

2. **Omzet Penjualan dipengaruhi Variabel Kualitas Pelayanan**

   Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,674 sementara t_{tabel} sebesar 1,672 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (α/3;57) 1,672. Cara kedua juga bisa ditempuh yakni dengan membandingkan nilai signifikansi motivasi kerja dengan nilai signifikansi terbesar yang ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar 0,003 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas, membuktikan bahwa kualitas pelayanan secara parsial atau individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan.

3. **Omzet Penjualan dipengaruhi Variabel Strategi Promosi**

   Variabel disiplin kerja memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,008 sementara t_{tabel} sebesar 1,672 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (α/3;57) 1,672. Cara kedua juga bisa ditempuh yakni dengan membandingkan nilai signifikansi disiplin kerja dengan nilai signifikansi terbesar yang ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai signifikansi strategi promosi sebesar 0,011 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas, membuktikan bahwa strategi promosi secara parsial atau individu memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan.

Uji Simulan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	460,408	3	153,469	32,000	,000[b]
	Residual	268,575	56	4,796		
	Total	728,983	59			

a. Dependent Variable: Omzet Penjualan
b. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan, Strategi Promosi

Sumber : output spss, 2015

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 32,000 > F_{tabel} (3;57) sebesar 2,776 atau nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari perhitungan tersebut membuktikan bahwa secara serempak (simultan) harga jual, kualitas pelayanan dan strategi promosi berpengaruh terhadap omzet penjualan.

Sedangkan untuk variabel bebas yang memiliki pengaruh paling signifikan adalah kualitas pelayanan. Hal ini dibuktikan dengan nilai beta dari *unstandardized coefficient* sebesar 0,442 yang memiliki nilai paling tinggi diantara nilai beta *unstandardized coefficient* variabel lain. Dengan demikian, maka hipotesis keempat (H_4) yang diajukan benar dan diterima.

Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian mengenai pengaruh harga jual, kualitas pelayanan dan strategi promosi terhadap omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses adalah sebagai berikut :

1. Harga jual berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses. Hal ini berarti harga jual yang murah akan meningkatkan omzet penjualan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses. Hal ini berarti kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan omzet penjualan.
3. Strategi promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses. Hal ini berarti dengan adanya penerapan strategi promosi yang tepat dapat meningkatkan omzet penjualan.
4. Berdasarkan pengujian secara simultan dalam penelitian ini membuktikan ada pengaruh signifikan secara bersama – sama antara harga jual, kualitas pelayanan dan strategi promosi terhadap omzet penjualan pada toko pertanian Tani Sukses

IV. DAFTAR PUSTAKA

Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : STIM YKPN.

AriSusanto Wibowo.2013. *Pengaruh harga, kualitas pelayanan dan nilai Pelanggan terhadap kepuasan konsumen pada rumah makan di kota Purwokerto.* Skripsi. Universitas Negeri Semarang.

Aritonang, R. Lerbin, R. 2007. *Teori dan Praktik Riset Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Basu Swastha dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Cetakan ketiga belas Liberty

Basu Swastha DH. 2009. *Azas-azas Marketing*. Penerbit Liberty Yogyakarta

Buchari, Alma. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Cetakan 5. Bandung : CV Alfabeta

Devita Widya Ariyanti.2014. *Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan promosi Terhadap volume penjualan pada pelanggan PIZZA HUT di Solo*. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Surakarta

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hair, Joseph F. et al. 1998. *Multivariate Data Analysis*. New Jersey: Prentice-Hall, Inc.

Hakim, Lukman. 2008. *Info Lengkap Waralaba*. Cetakan satu. Yogyakarta : Media Pressindo.

Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta : Cetakan pertama CAPS (Center of Academic Publishing Service)

Husein, Umar. 2005. *Studi Kelayakan Bisnis*. Edisi tiga. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

Iswayanti, I. P., & DWIYANTO, B. M. (2010). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang)* (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan kevin lane keller. 2008. *Manajemen pemsaran*. Jilid dua. Jakarta : PT. Macanan Jaya Cemerlang

Kotler, Philip dan kevin lane keller. 2012. *Manajemen pemsaran*. Jilid satu. Jakarta : PT. Gelora Aksara Pratama.

Kotler, Philip. 2005. *Manajemen pemasaran Jilid 2*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Media.

Lembang, RD. 2010. *Analisa Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Cuaca Terhadap Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Merek Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Reguler II Universitas Diponegoro)*. Skripsi. Semarang : Univeristas Diponegoro.

M. Mursid. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Penertbit Bumi Aksara Jakarta.

Mohammad Rizan.2011. *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan)*. Skripsi. Universitas Jakarta

Mohammad Yusup.2011. *Analisis pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor HONDA*. Skripsi. Universitas Diponegoro Semarang

Sofjan Assauri. 2013. *Manajemen Pemasaran.* Penerbit PT Raja GrafindoPersada.

Sopiah & Syihabudhin. 2008. *Manajemen Bisnis Ritel*. Penerbit ANDI Yogyakarta.

Sugiono. 2012. *Statistik untuk Penelitian*. Cetakan ke-21. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&G*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi

Tjiptono, Fandy. 2009. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi