ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO TAMARA KEDIRI

ARTIKEL SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat
guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)
pada Program Studi Manajemen UNP Kediri

Oleh:

ROIMATUL ZAHRO

NPM. 11.1.02.02.0261

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2015

Skripsi oleh:

ROIMATUL ZAHRO

NPM. 11.1.02.02.0261

Judul:

ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO TAMARA KEDIRI

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Tanggal: Desember 2015

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Sri Aliami	Rony Kurniawan. SE. MM
NIDN. 0716086403	NIDN. 0730076804

Skripsi oleh:

ROIMATUL ZAHRO

NPM. 11.1.02.02.0261

Judul:

ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO TAMARA KEDIRI

Telah dipertahankan di depan Panitia Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UNP Kediri

Pada tanggal: 26 Desember 2015

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:			**Tanda Tangan**
Ketua	:	Dr. Sri Aliami	
Penguji I	:	Dr. Subagyo	
Penguji II	:	Rony Kurniawan, SE.MM	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. SUBAGYO
NIDN. 0717066601

ANALISIS PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, HARGA, KUALITAS PELAYANAN, ATMOSPHER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO TAMARA KEDIRI

Roimatul Zahro
NPM: 11.1.02.02.0261
FE - Manajemen
Email: Roimatul.Zahro@gmail.com
Dr. Sri Aliami [1] dan Rony Kurniawan. SE. MM [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Keputusan pembelian adalah "tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli. Keragaman Produk yaitu keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk/ keragaman produk dalam jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Kualitas pelayanan adalah salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. *Atmosphere* kenyamanan*"*merupakan salah satu komponen dari citra toko. Didalamnya terdapat kombinasi antara produk yang dijual, pelayanan, pelanggan, toko sebagai tempat untuk menikmati kesenangan hidup dan aktivitas promosi toko.

Tujuan dari penelitian ini adalah 1) Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri? 2) Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri? 3) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri? 4) Untuk menganalisis pengaruh atmospher kenyamanan terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri? 5) Untuk menganalisis pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, atmospher kenyamanan terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri?

Teknik penelitian ini adalah teknik korelasi dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Toko "Tamara" Kota Kediri. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *simple random sampling.* Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t dan uji F.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Atmospher Kenyamanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Toko Tamara Kediri, didasarkan perolehan nilai *Adj. R Square* sebesar 45,2% dan sisanya sebesar 54,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya. Hasil pengujian secara parsial menunjukkan bahwa Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Atmospher Kenyamanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling berpengaruh pada keputusan pembelian adalah variabel kualitas pelayanan dengan nilai koefisien sebesar 0,698.

Berdasarkan hasil kesimpulan penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan kepada pihak manajemen pemasaran yang khususnya terkait tentang keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan atmospher kenyamanan. Sehingga konsumen merasa keragaman produk yang terdapat di Toko Tamara serta kualitas pelayanan, harga, atmosphere kenyamanan mampu untuk melakukan keputusan pembelian ulang.

Kata kunci: keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, atmospher kenyamanan dan keputusan pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Setiap perusahaan mempunyai target meningkatkan prestasi usahanya. Untuk mencapai target tersebut perusahaan harus mampu memilih strategi pemasaran yang tepat, agar usaha dapat bertahan dan memenangi persaingan. Dengan memperhatikan kegiatan pemasaran maka diharapkan dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian yang dilakukan pelanggan melibatkan keyakinan pelanggan pada suatu produk sehingga timbul rasa percaya diri atas kebenaran tindakan yang diambil. Rasa percaya diri pelanggan atas keputusan pembelian yang diambilnya mempresentasikan sejauh mana pelanggan memiliki keyakinan diri atas keputusannya memilih suatu produk. Dalam perilaku konsumen banyak ditemukan faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen, faktor-faktor tersebut adalah keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, atmosphere kenyamanan dan sebagainya. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan membeli konsumen akan suatu produk dapat berasal dari dalam diri konsumen maupun berasal dari luar diri konsumen (Kusumastuti, 2011: 2).

Strategi penetapan harga sangat penting untuk menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat adalah harga yang sesuai dengan kualitas produk suatu barang dan harga tersebut dapat memberikan kepuasan kepada konsumen. Para pemasar berusaha untuk mencapai sasaran tertentu melalui komponen-komponen penetapan harga. Beberapa perusahaan mencoba untuk meningkatkan keuntungan dengan menetapkan harga rendah untuk menarik bisnis baru. Apabila harga yang ditawarkan sesuai dengan yang dikehendaki konsumen, diharapkan konsumen akan melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian bukan hanya di lihat dari keberagaman produk dan harga tetapi faktor kualitas pelayanan diduga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Faktor kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana kualitas pelayanan yang baik tentunya dapat menarik perhatian konsumen yang menyebabkan keputusan pembelian konsumen. Faktor kualitas pelayanan yang dimaksud menurut Goesh dan Devis (dalam Tjiptono, 2004:51) adalah “suatu kondisi yang dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan konsumen”. Sedangkan harga yang dimaksud menurut Tjiptono (2007:151) adalah “merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa”.

Toko Tamara merupakan salah satu toko dimana menjual segala jenis alat-alat tulis dan alat-alat kantor yang lengkap serta harga yang murah dibandingkan dengan toko lain. Selain itu toko Tamara memperhatikan pelayanan karyawan serta keamanan untuk setiap pengunjung toko. Keberadaan toko Tamara ini sangat strategis dan menguntungkan bagi masyarakat karena tempat mudah di jangkau. Untuk tetap bertahan, Toko Tamara harus melakukan perubahan strategi, misalnya dengan cara melakukan evaluasi sejauh mana harga yang ditawarkan sesuai dengan pangsa pasar, sejauhmana keragaman produk-produk yang ditawarkannya dapat menarik keputusan pembelian para konsumen, dan bagaimana kualitas pelayanan para karyawan terhadap konsumen. Pihak perusahaan harus inovatif dalam menciptakan produk-produk baru dan menciptakan kenyaman saat konsumen mengunjungi toko agar customer tidak merasa bosan dan jenuh dengan produk yang sudah ada tentunya dengan harga terjangkau serta tetap memperhatikan kebersihan toko serta penataaan barang-barang yang rapi.

Untuk mengetahui realitas yang terkondisi di Toko Tamara Kediri, maka penulis tertarik untuk membahas masalah penelitian dengan judul **"Analisis Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Atmospher Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Tamara Kediri".**

II. METODE

Pada penelitian ini teknik (metode) yang digunakan adalah teknik korelasi. Penelitian korelasi adalah suatu penelitian yang melibatkan tindakan pengumpulan data guna menentukan, apakah ada hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan untuk analisis data menggunakan analisis kuantitatif. Analisis ini dilakukan terhadap data yang diperoleh dari hasil jawaban kuesioner berupa data yang berbentuk angka-angka. Data tersebut diklasifikasikan dalam kategori tertentu dengan menggunakan tabel-tabel tertentu untuk memudahkan dalam menganalisis, untuk itu akan digunakan program analisis SPSS. Dalam penelitian ini akan menggunakan program *SPSS for Windows versi* 17.0.

Berdasarkan kualitas dan ciri tersebut, populasi dapat dipahami sebagai sekelompok individu atau objek pengamatan yang minimal memiliki satu persamaan karakteristik. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen di Toko "Tamara" Kota Kediri.

Jadi sampel minimal yang diambil pada penelitian ini adalah sebanyak 98 responden. Menurut Surakhmad (2008: 100), bahwa untuk jaminan ada baiknya

sampel selalu ditambah sedikit lagi dari jumlah matematik. Agar sampel yang digunakan representatif, maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden.

Data yang diperoleh dalam penelitian ini didapatkan langsung dari pengisian kuesioner (angket) yang ditujukan kepada responden tentang tanggapan atau pandanganya terhadap keragaman produk, harga, kualitas pelayanan, atmosphere kenyaman dan keputusan pembelian di Toko Tamara. Pengumpulan data dengan menggunakan pertanyaan terbuka yang diberikan kepada responden secara langsung.

Dengan melihat dari hasil responden tersebut akan dilakukan uji hipotesis dengan menggunakan program *SPSS versi 17.0*. Adapun dalam penelitian ini teknis analisis yang dipergunakan adalah Regresi Linier Berganda dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Uji Asumsi Klasik
   a. Uji Normalitas
   b. Uji Multikolonieritas
   c. Uji Autokorelasi
   d. Uji Heteroskedastisitas
2. Analisis Regresi Linear Berganda
3. Koefisien Determinasi (R^2)
4. Uji Hipotesis

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Hasil

Tabel
Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Prosentase
Laki-Laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel
Karakteristik Responden berdasarkan Usia

Usia Responden	Frekuensi	Prosentase
12-16	45	45%
17-21	25	25%
22-26	12	12%
27-31	18	18%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Tabel
Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan

Pendidikan Responden	Frekuensi	Prosentase
SD sederajat	8	8%
SMP sederajat	22	22%
SMA sederajat	25	25%
D-III (Diploma)	12	12%
PT (Perguruan tinggi)	33	33%
Total	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

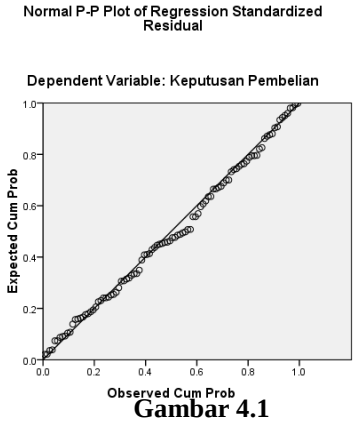
Tabel
Hasil Pengujian Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Keragaman produk	0,9	Reliabel
Harga	0,7	Reliabel
Kualitas pelayanan	0,8	Reliabel
Atmosphere	0,9	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,9	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2015

Uji normalitas digunakan dalam model regresi untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah

model regresi yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal. Berikut hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar grafik 4.1 berikut.



Gambar 4.1
Uji Normalitas Grafik *normal probability plot*
Sumber: Output SPSS

Tabel
Hasil Uji Multikolinearitas

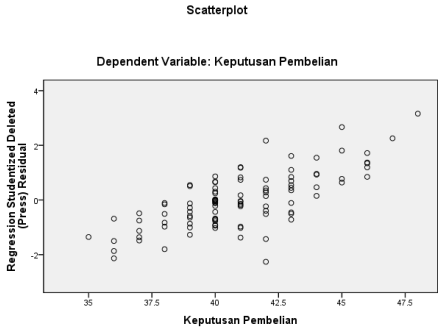
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Keragaman Produk	.535	1.869
	Harga	.539	1.856
	Kualitas Pelayanan	.405	2.469
	Atmospher Kenyamanan	.679	1.474

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 17.0

Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatterplot* ditunjukan pada gambar 4.2 berikut ini:



Gambar
Uji Heteroskedastisitas Grafik Scatterplot
Sumber : Output SPSS 17.0

Tabel
Hasil Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	51.644	3.719		13.888	.000
	Keragaman Produk	.130	.066	.208	1.982	.050
	Harga	.199	.070	.288	2.836	.006
	Kualitas Pelayanan	-.698	.091	-.900	-7.696	.000
	Atmospher Kenyamanan	-.552	.077	-.768	-7.187	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 17.0

Tabel
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.688[a]	.474	.452	1.978	1.934

a. Predictors: (Constant), Atmospher Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Harga, Keragaman Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 17.0

Tabel
Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	51.644	3.719		13.888	.000
	Keragaman Produk	.130	.066	.208	1.982	.050
	Harga	.199	.070	.288	2.836	.006
	Kualitas Pelayanan	-.698	.091	-.900	-7.696	.000
	Atmospher Kenyamanan	-.552	.077	-.768	-7.187	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Output SPSS 17.0

Tabel
Hasil Uji F

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.953	4	83.738	21.396	.000[a]
	Residual	371.797	95	3.914		
	Total	706.750	99			

a. Predictors: (Constant), Atmospher Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Harga, Keragaman Produk

ANOVA[b]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334.953	4	83.738	21.396	.000[a]
	Residual	371.797	95	3.914		
	Total	706.750	99			

a. Predictors: (Constant), Atmospher Kenyamanan, Kualitas Pelayanan, Harga, Keragaman Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: output SPSS 17.0

Pembahasan

Pembahasan diarahkan pada upaya menjawab permasalahan utama penelitian yaitu keragaman produk, harga, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Tamara Kota Kediri.

1. Pengaruh keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keragaman produk juga sangat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membelanjakan sejumlah uangnya untuk melakukan pembelian ulang pada toko yang sama. Tingkat keragaman produk yang bervariasi baik ukuran, jenis, mutu oleh konsumen akan membuat konsumen lebih leluasa didalam memilih barang yang dibutuhkannya.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bachri (2011) yang menyatakan bahwa keragaman produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga, dilihat dari sudut pandang konsumen, seringkali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yamg dirasakan atas suatu barang atau jasa ketika menentukan pembelian. Harga telah menjadi hal penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Harga dalam arti sempit diartikan sebagai pembebanan sejumlah uang untuk suatu produk atau jasa. Kualitas suatu produk juga dapat dilihat dari harganya, sehingga produk dengan kualitas terbaik pasti akan dipatok dengan harga yang tinggi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh harga produk tersebut. Jika harga produk yang ditawarkan tidak masuk akal, maka akan menyebabkan konsumen merasa dieksploitasi dan karenanya konsumen akan memandang harga secara tidak wajar.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan untuk menentukan pembelian. Kualitas pelayanan dapat memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Bagus (2012) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Pengaruh Atmosphere Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian

Dapat disimpulkan bahwa atmosphere kenyamanan merupakan salah satu komponen dari citra toko. Setiap toko mempunyai penampilan yang berbeda-beda baik itu kotor, menarik, megah, dan suram. Suatu toko harus membentuk suasana terencana yang sesuai dengan pasar sasarannya dan dapat menarik konsumen untuk membeli di toko tersebut. Oleh karena itu sebaiknya toko dapat menciptakan suasana yang nyaman agar pelanggan betah ketika melakukan pembelian.

Penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Wibawa (2014) yang menyatakan bahwa kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5. Pengaruh Keragaman Produk, Harga, Kualitas Pelayanan dan Atmosphere Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian.

Dapat disimpulkan bahwa ketika seorang konsumen dalam memilih tempat untuk melakukan pembelian, keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosfir toko yang nyaman menjadi bahan pertimbangan tersendiri bagi konsumen sebelum memutuskan untuk membeli dan mengunjungi toko tertentu. Meskipun atmosfir toko tidak secara langsung mengkomunikasikan kualitas produk dibandingkan dengan iklan, atmosfir toko merupakan komunikasi secara diam-diam yang dapat menunjukkan kelas sosial dari produk-produk yang ditawarkan, kemudian didukung secara langsung oleh keragaman produk, harga dan kualitas pelayanan yang membuat hal ini harus diperhatikan dalam menarik konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Endah (2008), Bachri (2011), Bagus (2012) dan Wibawa (2014) dimana hasil penelitiannya menunjukkan bahwa ternyata secara bersama-sama variabel keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosphere kenyamanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti tentang pengaruh keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosphere kenyamanan terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri. Dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Keragaman produk berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri.

3. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri.
4. Atmosphere kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap terhadap keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri.
5. Keragaman produk, harga, kualitas pelayanan dan atmosphere kenyamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian di Toko Tamara Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Bachri. 2011. *Analisis pengaruh harga, pelayanan, atmosphere kenyamanan, keragaman produk dan desain toko terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Gardena Departement Store).* Skripsi. Sumatra: Universitas Ahmad Dahlan.

Basu Swastha, DH dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

Basu Swastha, DH dan Irawan. 2007. *Manajemen Pemasaran Modern*, Yogyakarta: Liberty.

Bagus. 2012. *Pengaruh Atmosfir Toko, Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Barang Dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Painluva Seminyak Bali*. Skripsi: Bali: Universitas Udayana.

Berman, B. dan J. R. Evans (2001), *Retail Management: a strategic approach (8th ed.)* Upper saddle River: Pretice Hall International, Inc.

Engel, J.F, Blackwell, Rd, and Miniard, DW. 2000. *Perilaku Konsumen*. Jilid I. (Boediono. Terjemahan). Jakarta: Bina Rupa Aksara.

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

Gitosudarmo, 2008, *Manajemen Pemasaran*, edisi pertama, cetakan ketujuh. BPFE: Yogykarta.

Kotler Philip. 200(*ıjemen Pemasaran*. (Hendra Teguh dan Ronny A. Rusli. Terjemahan. Jakarta: PT. Prehallindo.

Kotler, _____. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium. Jilid 2.Jakarta: PT Prehallindo.

Kotler, _____, 2005, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Milenium, Jakarta. PT Prehallindo.

Kotler, _____. 2008. *Marketing Management: An Asian Perspective. Fourth Edition*. Singapore: Prentice Hall.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Jakarta: Erlangga.

Kumastuti, Fitri. (2011*). Pengaruh Harga, Atribut Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Telepon Seluler Sony Ericsson (Studi Kasus di Kabupaten Temanggung).* Skripsi Tidak Diterbitkan. Semarang: UNDIP.

Lamb, W.Hair, Mc. Daniel, Carl, 2001, *Pemasaran*, Buku Satu, Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.

Levvy, Michaeil and Barton Weitz. 2001. *Retailing Management*. International Edition. New York: McGraw-Hill.

Lupiyoadi, & Hamdani. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Ma'ruf, Hendri. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Rayi Endah. 2008. *Analisis Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi Pada Toko Murni Singosari Semarang).* Skripsi. Universitas Diponegoro: Semarang.

Rusdan, 2009, *Manajemen Retail*, edisi 1, BPFE, Yogyakarta.

Saladin, Djaslim, 2006, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Keempat, Bandung Linda Karya.

Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.

Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.

Surakhmad. 2008. *Pengantar Penelitian Ilmiah*. Bandung: Tarsito.

Sutisna. 2003. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*, Edisi II Cetakan Keduabelas. Yogyakarta: Liberty Offset.

Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, _____. 2005. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, _____. 2007. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Utami, Christina Widya. 2010. *Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern.* Jakarta: Salemba Empat.