

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WISMA RIAS ANTIKA NGANJUK

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri



OLEH:

SUSI AJENG WULANDARI

NIM: 11.1.02.02.0277

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016



Skripsi oleh:

SUSI AJENG WULANDARI

NPM: 11.1.02.02.0277

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WISMA RIAS ANTIKA
NGANJUK

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pembinbing I

Prof. Dr. H Sugiyono, S. Pd., MM NIDN. 00140015706 Sigit Ratnanto, ST, MM

Pembimbing II

NIDN. 0706067004



Skripsi oleh:

SUSI AJENG WULANDARI

NPM: 11.1.02.02.0277

Judul:

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WISMA RIAS ANTIKA NGANJUK

Telah dipertahankan di Depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Jurusan Manajemen Ekonomi UNP Kediri

Pada Tanggal: 04 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

Nama

1. Ketua : Prof. Dr. H Sugiyono, S. Pd., M.M.

2. Penguji I : Dr. Subagyo, M.M.

3. Penguji II : Sigit Ratnanto, ST., M.M.

1 1881 1

Dr. Subagyo, MM NIDN. 071/1066601

Mengetahui,

kultas Ekonomi

iii



1.

HalamPengesahanLengkap TTD danStempel (Scan)



PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA WISMA RIAS ANTIKA NGANJUK

Susi Ajeng Wulandari

11.1.02.02.0277

Ekonomi – Manajemen

susiajeng27@yahoo.com

Prof. Dr. H Sugiyono, S. Pd., M.M. (Dospemb.I) dan Sigit Ratnanto, ST, M.M. (Dospemb.II)

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi banyaknya perusahaan jasa yang sangat pesat, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pendirian industri di berbagai daerah, salon kecantikan sabagai salah satu penyedia jasa yang mengalami persaingan. Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan semakin ketat, sehingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaing agar dapat memenangkan persaingan.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Wisma Rias Antika Nganjuk.

Dalam penelitian ini pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *causal riset* atau riset kausal. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Wisma Rias Antika Nganjuk. Dalam penelitian ini sampel yang digunakan sejumlah 80 konsumen dengan teknik sampel insidental. Teknik analisis data yang digunakan regresi linear berganda.

Kesimpulan hasil penelitian ini adalah (1) Secara hasil uji parsial (individu) variabel harga, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Secara simultan (bersama-sama), variabel harga, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkankesimpulanhasilpenelitianini, direkomendasikanfaktorharga, kualitasprodukdanpelayananterbuktiberpengaruhsignifikanterhadapkeputusanpembelian di WismaRiasAntikaNganjuk,

maka kepada Wisma Rias Antika harus bisa mempertahan kan halter sebut bahkan kalau bisa diting kat kan hali menjadi lebih baik dari sebelumnya.

Kata kunci : Harga, Kualitas Produk, Pelayanan dan Keputusan Pembelian



I. LATAR BELAKANG MASALAH

Perkembangan industri jasa di Indonesia sangatlah pesat, hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya pendirian di berbagai daerah atau wilayah di Indonesia. Perkembangan industri jasa memiliki dampak positif terhadap negara pada umumnya dan pemakai jasa pada khususnya.

Salon kecantikan, sebagai salah satu penyedia jasa yang mengalami persaingan. Aktifitas atau kegiatan proses produksi dilakukan bersama dengan konsumsi oleh kegiatan kunci konsumen. sebagai keberhasilan atau kesuksesan jasa salon yakni pada proses sebagai perwujudan terhadap produk yang berkualitas.

Kualitas produk sebagai driver dan kepuasan pelanggan sudah lama diyakini. Setidaknya, lebih lama dibandingkan dengan keyakinan terhadap kualitas pelayanan sebagai driver kepuasan pelanggan. Bagi konsumen, kualitas mempunyai dimensi dari kualitas produk yang perlu diperhatikan oleh setiap produsen yang ingin mengejar terhadap kepuasan pelanggan

kualitas produk. Konsumen akan sangat kecewa apabila harapan mereka terhadap dimensi tidak terpenuhi (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006:195).

Menurut Tjiptono (1997:19), keterjangkauan harga membantu para pembeli untuk memutuskan cara Memperoleh utilitas tertinggi yang diharapkan berdasarkan daya belinya pada berbagai jenis barang dan jasa.

Layanan aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan atau perorangan kepada konsumen (yang dilayani), yang bersifat tidak terwujud dan tidak dapat dimiliki.

Keputusan pembelian merupakan suatu tindakan pemilihan atas berbagai alternatif yang dimiliki oleh konsumen, keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh faktor marketing mix (harga, produk, pelayanan).

Dalam mempengaruhi keputusan pembelian tidak bisa lepas dari bauran pemasaran. Menurut Kotler (2005:116) "bauran pemasaran terdiri dari 4P untuk produk barang yaitu harga, promosi, produk, tempat dan 3P tambahan untuk produk jasa yaitu orang, proses, bukti fisik".



Kecenderungan pembeli sangat sensitive pada harga termasuk pembeli jasa wisma rias pengantin. Selain produk dan harga, pembeli atau pengunjung salon mengharapkan dilayani oleh tenaga yang profesional. Pada kenyataannya banyak ditemukan salon yang kurang memperhatikan produk, harga dan pelayanan.

Wisma Rias Antika yang terletak di Kec. Tanjung Anom Kab. Nganjuk adalah salah satu wisma rias modern di antara beberapa wisma rias modern yang ada. Dewasa ini Wisma Rias Antika tampaknya semakin maju ini terbukti dengan semakin banyaknya pembeli yang datang ke Wisma Rias Antika. Fakta ini tidak terlepas dari 4 faktor yang disebutkan terdahulu yaitu harga, kualitas produk pelayanan yang mempengaruhi keputusan pembelian jasa di Wisma Rias Antika.

Penelitian yang hampir sama pernah dilakukan oleh Siti Fatimah yang berjudul "Pengaruh harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan merk terhadap keputusan pembelian sepeda motor yamaha di UD. madju motor cabang plosoharjo

kec. Pace. Kab. Nganjuk tahun 2013". Kesimpulan dari penelitian ini adalah adanya pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan merk terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan diatas, termasuk penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Siti Fatimah maka peneliti semakin tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Wisma Rias Antika Nganjuk.

II. METODE PENELITIAN

A. VARIABEL PENELITIAN

1. Identifikasi Variabel penelitian

Menurut Sugiyono (2010:2),variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulan". Dalam



penelitian ini terdapat 4 variabel sebagai berikut :

- a. Variabel Independen : Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan
- b. Varibel DependenKeputusan Pembelian

2. Definisi Operasional Varibel

a. Harga

Harga merupakan jumlah uang atau nilai yang ditukar oleh konsumen, untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

b. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan atribut atau sifat-sifat sebagaimana yang terdapat dalam sebuah produk yang bersangkutan, dimana suatu produk memiliki kualitas yang sesuai standart kualitas yang telah di tentukan.

c. Pelayanan

Suatu kondisi yang berhubungan dengan seberapa jauh pihak penyedia jasa dapat memberikan bentuk pelayanan yang sesuai dengan pelanggannya.

d. Keputusan Pembelian
Keputusan
pembelian adalah
tahap dimana pembeli
telah menentukan
pilihannya dengan
didasari oleh adanya
niat dan melakukan
pemeblian.

B. JENIS PENELITIAN DAN PENDEKATAN PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan tehnik kuantitatif kausal. Dimana penelitian ini dilakukan untuk mengumpulkan data, penarikan kesimpulan, serta data dihasilkan yang disimbolkan secara numerik atau angka, dan dihitung dengan alat bantu statistik. Penelitian kausal adalah penelitian digunakan untuk mengindentifikasi hubungan sebab akibat variabel antara satu



dengan variabel yang lain, Sarwono (2005:19).

2. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan peneliti adalah pendekatan kualitatif dan pendekatan kauntitatif.

C. TEMPAT PENELITIAN DAN WAKTU

PENELITIAN

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini bertempat di Wisma Rias Antika desa Getas Kecamatan Tanjunganom Kabupaten Nganjuk.

2. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan selama 6 (enam) bulan, dimulai dari bulan Mei-November 2015.

D. POPULASI DAN SAMPEL

1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011:90).

Populasi dalam penelitian ini pelanggan yang datang melakukan dan mendapatkan pelayanan di Wisma Rias Antika dari rata-rata 6 bulan terakhir didapat sebanyak 100 pelanggan dari bulan Mei sampai November 2015.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang di ambil melalui cara-cara tertentu, jelas dan lengkap yang dianggap bisa mewakili populasi. diambil Sampel yang dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 orang yang respondennya pelanggan di Wisma Rias Antika.

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan cara accidental sampling yang merupakan bagian dari nonprobability teknik Bentuk sampling. pengambilan sampel ini berdasarkan kebetulan. siapa yaitu saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti ini dan di anggap



cocok menjadi sumber data akan menjadi sampel penelitian ini (Sugiyono, 2011:122).

E. INSTRUMEN PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2008:146)instrumen penelitian adalah suatu alat yang dipergunakan untuk mengukur fenomena alam maupun fenomena sosial yang diamati. Instrumen penelitian penelitian dalam ini menggunakan instrumen kuesioner melalui skala likert yang akan dibagikan kepada yaitu 100 responden konsumen (sampel) di Wisma Rias Antika Nganjuk.

F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Wawancara yaitu pengumpulan data dengan cara mengadakan tanya jawab secara langsung dengan pihakpihak berhubungan yang dengan permasalahan yang diangkat dalam penelitian guna mendapatkan data dan keterangan. Kemudian

Observasi pengumpulan data ini dilakukan dengan pengamatan dan pecatatan secara langsung pada objek penelitian untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian. Dan langkah terakhir yaitu yang Penyebaran Angket (kuesioner) dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan pada pelanggan sebagai responden yang akan diteliti diperlukan untuk mengetahui keinginan pelanggan terhadap jasa yang ditawarkan yang sebelumnya dibuatkan daftar pertanyaan menyangkut yang iasa Jumlah kuesioner tersebut. yang akan digunakan dalam ini pengumpulan data berjumlah 100 lembar.

G. TEKNIK ANALISA DATA

1. Uji Regresi Linier Berganda

Menurut Ridwan (2005:155) analisis Regresi Berganda adalah : suatu alat analisis peramalan nilai pengaruh dua variabel bebas atau lebih terhadap variabel terikat untuk membuktikan



ada atau tidaknya hubungan fungsi atau hunumhan kausal antara dua variabel bebas atau lebih dengan satu variabel terikat.

Formula untukregresibergandaseba gaiberikut :

$$Y1 = a + bl X1$$
$$+b2 X2 +$$
$$b3X3 + e$$

Dimana:

Y

Keputusanpembelian (variabel*dependen*)

X1

Variabelkualitasproduk (variabel*independen*)

X2 : Variabelharga (variabel*independen*)

a : Konstanta.

bl

Koefisienregresivariab elharga

b2

Koefisienregresivariab elkualitasproduk

b3

Koefisienregresivariab elpelayanan

e : Eror

2. Pengujian Hipotesis

a) Uji t (uji parsial)

Ujit

digunakanuntukmenguji signifikasikonstantadari variabelbebassecarapars ialatau individual terhadapvariabelterikat.

Pengujianinidilakuka ndenganmenggunakanta rafsignifikandibawah 0,05 (5%), makasecaraparsialatau individual variabelbebasberpengar uhsignifikanterhadapvar iabelterikat, begitujugasebaliknya.

b) Uji F (uji simultan)

Uji F
digunakanuntukmengu
jivariabelvariabelbebassecaraber
sama-sama (simultan)
terhadapvariabelterikat

Pengujianinidilakukan dengancaramenggunak antarafsignifikansidiba wah 0,05 (5%) makasecarabersamasama (simultan)



variabelbebasberpenga ruhsignifikanterhadapv ariabelterikat, begitujugasebaliknya.

c) Uji Koefisien Determinasi (R2) MenurutGhozali (2001:83)koefisiendeterminasi (R2)padaintinyamengukurs eberapajauhkemampua model n dalammenerangkanvar iasivariabeldependen. Nilaikoefisiendetermin asiadalahantaranol (0) sampaisatu (1).Jikakoefisiendetermina sinolberartivariabelind ependensamasekalitida kberpengaruhterhadap variabeldependen. Apabilakoefisiendeter minasisemakinmendek atisatu. makadapatdikatakanba hwavariabelindepende nberpengaruhterhadap variabeldependen.

III. HASIL DAN KESIMPULAN

NilaikoefisiR square.

1. Hasil Uji Hipotesis

a. Uji Parsial Dengan t-Test Pengujian ini membuktikkan apakah pengaruh dari variabel independen parsial secara (individu) memiliki signifikan pengaruh atau tidak dengan variabel dependen. Dimana variabel harga (X_1) , kualitas (X_2) , produk dan pelayanan (X₃) secara parsial berpengaruh terhadap varibel keputusan pembelian (Y). Berikut adalah hasil dari pengujian secara parsial (t) yang dilakukan sebagaimana tertera dalam tabel di bawah ini

Tabel Hasil Uji T (parsial)

Model		T	Sig.
1	(Constant)	,213	,832
	Harga	3,796	,000
	KualitasProduk	2,532	,013
	Pelayanan	3,992	,000

S

Sumber: lampiran data primer diolah.

Dengan demikian t hitung = 3,796 > t



dengan variabel dependen. Dimana untuk menguji variabel X_1, X_2, dan X₃(harga, kualitas produk dan pelayanan) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y (keputusan pembelian). Pengujian yang dilakukan dengan SPSS 22.0 adalah sebagai berikut:

Tabel Hasil Uji Simultan **Dengan F-Test (Anova^a)**

ANOVA^a

Model		F	Sig.
1	Regression	32,883	,000 ^b
	Residual		
	Total		

Sumber: data primer diolah 2015

> Dengan demikian F hitung =32,883 > Ftabel = 2,699 dengantingkat signifikan 0,000. Karena probabilitasnya signifikan jauh lebih kecil dari sig < 0.05, maka dapat dikatakan

tabel = 1,660 dannilai signifikan sebesar 0,000 (sig < 0,05). Sedangkan nilai t hitung variabel X₂ kualitas produk sebesar 2,532 sedangkan t tabel adalah sebesar 1,660 dengan demikian t hitung = 2,532 > ttabel =1,660 dan nilai signifikan sebesar 0,013 (sig<0,05). Kemuadian untuk nilai t hitung variabel X₃ pelayanan sebesar 3,992 sedangkatn t tabel adalah 1,660 dengan demikian t hitung 3,992 > t tabel = 1,660 dan nilai signifikan sebesar 0,000 (sig < 0,05).

F-Test (Anova^a) Pengujian ini untuk membutikan apakah pengaruh dari variabel independen secara simultan (menyeluruh)

memiliki pengaruh

signifikan atau tidak

b. Uji Simultan Dengan



bahwa X_1 , X_2 , dan X_3 (harga, kualitas produk dan pelayanan) secara simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di Wisma Rias Antika Nganjuk.

2. Pembahasan

a. Pengaruh Harga terhadap

Keputusan

Pembelian

Dari hasil analisis uji statistik terbukti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh nilai thitung sebesar 0.000 > 1.660dengan taraf signifikan hasil sebesar 0,05, dengan

demikian Ha diterima

ditolak.

ini

yang

 H_0

dan

Penelitian

penelitian

mendukung

dilakukan oleh Siti Fatimah (2013) yang menyatakan bahwa harga mempengaruhi keputusan pembelian. Untuk tetap menjaga keputusan pembelian, Wisma Rias Antika selalu berusaha untuk selalu menjaga harga dijualnya yang dengan baik. Dengan kebijakan ini terbukti minat keputusan pembelian terhadap harga yang dijual tetap meningkat.

b. Pengaruh KualitasProduk terhadapKeputusanPembelian

Dari hasil analisis uji statistik terbukti bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang dilakukan telah diperoleh nilai thitung sebesar 2,532 > 1,660dengan taraf signifikan hasil



sebesar 0,05, dengan Pelayanan terhadap demikian H_a diterima Keputusan dan H_0 ditolak. Pembelian Penelitian ini Dari hasil analisis mendukung uji statistik terbukti penelitian yang bahwa pelayanan dilakukan oleh Anik berpengaruh Fitria (2014) yang signifikan terhadap keputusan pembelian. menyatakan bahwa kualitas produk Melalui hasil mempengaruhi perhitungan yang keputusan pembelian. telah dilakukan diperoleh nilai thitung Salah satu upaya dilakukan sebesar 3,992 > 1,660yang Wisma Rias Antika dengan taraf untuk menjaga signifikan hasil keputusan pembelian sebesar 0,05, dengan agar tidak lari kepasa demikian Ha diterima wisma rias lainnya H_0 ditolak. dan adalah tetap menjaga Penelitian ini kualitas produk mendukung mereka. Para penelitian yang dilakukan oleh Yussi karyawan diharuskan memberikan produk Yuliasari (2013)terbaik, dan yang menyatakan menyenangkan bahwa pelayanan pelanggan. mempengaruhi keputusan pembelian. Salah satu upaya dilakukan yang Wisma Rias Antika untuk meningkatkan keputusan pembelian c. Pengaruh adalah dengan



pelayanan dan H_0 ditolak. membuat bagus dimata Penelitian ini yang pelanggannya. mendukung teori para Dengan kebijakan yang dekemukakan tersebut terbukti Swatha dan Handoko keputusan pembelian dalam Riyadi mengalami (Riyadi:83), bahwa peningkatan harga yang baim yang signifikan. secara langsung akan d. Variabel Harga, mempengaruhi Kualitas **Produk** tingkat kepuasan dan Pelayanan konsumen, dan bila simultan hal tersebut secara berlangsung Berpengaruh terus terhadap menerus akan Keputusan mengakibatkan Pembelian konsumen yang selau Dari hasil analisis setia membeli atau uji statistik terbukti menggunakan produk bahwa harga, kualitas tersebut dan disebut produk dan keputusan pembelian. Selain itu, menurut pelayanan berpengaruh Tjiptono (2007:43),signifikan terhadap apabila pelayanan keputusan pembelian. diterima yang Melalui hasil pelanggan maupun konsumen perhitungan yang sesuai telah dilakukan dengan apa yang diperoleh nilai Fhitung diharapkan maka 32,883 sebesar akan sangat memberi 2,699 dengan taraf nilai positif terhadap signifikan hasil produsen, yang sebesar 0,05, dengan nantinya akan demikian H_a diterima menumbuhkan rasa



puas terhadap produk tersebut. pembelian pada Wisma Rias Antika.

A. KESIMPULAN

Penelitian ini pad dasarnya beratkan menitik pada masalah pemasaran khususnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga, kaulitas produk dan pelayanan terhadap pembelian. keputusan Berdasarkan hasil penelitian analisis dan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa:

- Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wisma Rias Antika.
- 2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wisma Rias Antika.
- Pelayan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wisma Rias Antika.
- 4. Harga, kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan

IV. DAFTAR PUSTAKA

Fandy, Tjiptono. (2008).

StrategiPemasaran.jilid I

EdisiTiga. Yogyakarta

PenerbitAndi Yogyakarta.

Fandy, Tjiptono. (1996).

StrategiManajemenPemasaran.

EdisiPertama, Yogyakarta
Andy Offset.

Ghozali.

2005.

Imam

AplikasiAnalistsMultivarieteden
gan Program SPSS. Semarang:
BadanPenerbitUniversitasDipo
negoro.

Dr.Efendi M. Guntur, SE (2009),

 $Transformasi Manajemen Pemas \\ aran. Jakarta$

Kotler, Philip (1992).

ManajemenPemasaran. Jilid I,

EdisiEnam, Jakarta

:PenerbitErlangga.

Kotler, Philip (1,994).

ManajemenPemasaran. Jilid II,



EdisiTujuh. Jakarta Jakarta. :PenerbitErlangga. Kotler, Philip, (2000),Kotler, Philip (1996).*ManajemenPemasaranPerspekt* ManajemenPemasaran. Jilid II, if Asia Buku 3, Edisi I, cetakan EdisiDelapan.JakartaPenerbitEr I, Yogyakarta. langga. http Scribd, ://www. Kotler, Philip com/doc/62066058/10/Indikato (1997).ManajemenPemasaran,J r-Harga. ilidIII. Edisi Lima. Jakarta Lupiyoadi, Ranthat. 2001. :PenerbitErlangga. ManajemenPemasaranJasa. MenurutTienukRiefki(Jakarta: SalembaEmpat. Gliozali. 2006).Penggantin.JilidI, **Imam** (2005).Yogyakarta. Aplikasianalisismultivarieteden Assauri, Sofjan, (1990),gan program SPSS.Semarang ManajemenPemasaran, :BadanPenerbitUniversitasDipo cetakanke III, CV.Rajawali, negoro.