JURNAL

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DANPELAYALAN TERHADAPKEPUTUSAN PEMBELIANJAMU BINTANG SONGO DI NGADILUWIH KAB. KEDIRI

Oleh:

INGGIT PUTRI ARDATA

13.1.02.02.0595

Dibimbing oleh :

1. **Dr. H.Samari, SE., M.M**
2. **Moch.Wahyu Widodo, M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Inggit Putri Ardata
NPM	: 13.1.02.02.0595
Telepun/HP	: 082233482233
Alamat Surel (Email)	: Inggitputriardata@gmail.com
Judul Artikel	: Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kan.Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jln. Kh. Achmad Dahlan no.76 kec. Mojoroto, kab. Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulid merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme;

b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Dr. H.Samari, SE., M.M NIDN.0712026201	**Moch.Wahyu Widodo, M.M** NIDN. 0721088505	**Inggit Putri Ardata** NPM. 13.1.02.02.0595

Inggit Putri Adata|13.1.02.02.0595
Ekonomi – Manajemen
simki.unpkediri.ac.id
|| 1 ||

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAMU BINTANG SONGO DI NGADILUWIH KAB. KEDIRI

Inggit Putri Ardata
13.1.02.02.0595
Ekonomi - Manajemen
Inggitputriardata@gmail.com
Dr. H.Samari, SE., M.M dan Moch.Wahyu Widodo, M.M
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Persaingan dalam dunia bisnis sangat mengharuskan perusahaan memiliki keunggulan kompetitif untuk tetap mampu bertahan di dunia bisnis sekarang ini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah harga, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.

Variabel yang digunakan yaitu harga, kualitas produk, pelayanan, dan keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 70 konsumen dan pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Baley, yang didapatkan sampel sebanyak 70 sampel. Instrumen yang digunakan dalam penelitian adalah kuesioner (angket).Pertanyaan – pertanyaan yang digunakan dalam angket disusun berdasarkan skala rikert. Pengukuran kuesioner menggunakan uji validitas dan uji reabilitas yang diuji menggunakan*SPSS For Windows Versi 23*yang menunjukkan hasli valid dan reabel.

Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan uji hipotesis menggunakan t-statistik untuk menguji pengaruh secara parsial serta F-statistik untuk menguji pengaruh secara bersama – sama yang diuji menggunakan *SPSS For Windows Versi 23.*

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,087 dan nilai beta 0,70, kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000 dan nilai beta 0,938, pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,014 dan nilai beta 0,100. Secara simultan variabel harga, kualitas produk, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikan 0,000. Variabel yang dominan memberikan pengaruh terbanyak pada keputusan pembelian adalah kualitas produk dibuktikan dengan nilai beta paling tinggi dari variabel lainnya yaitu sebesar 0,938. Sedangkan variabel yang memberikan pengaruh paling sedikit terhadap keputusan pembelian yaitu harga dibuktikan dengan nilai beta terkecil dibanding variabel lainnya yaitu sebesar 0,070.

KATA KUNCI: Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, Keputusan Pembelian.

I. LATAR BELAKANG

Jamu merupakan obat tradisional dari Indonesia yang terbuat dari bahan – bahan alami, yaitu berupa tumbuh – tumbuhan seperti rimpang (akar – akaran), daun – daunan, kulit batang, dan buah. Selain itu, ada juga yang menggunakan kuning telur ayam kampung untuk tambahan campuran pada jamu tradisional. Jamu biasanya terasa pahit sehingga perlu ditambah madu sebagai pemanis agar rasanya lebih baik. Jamu telah digunakan secara turun – temurun selama berpuluh – puluh tahun bahkan mungkin ratusan tahun, pada umumnya jenis ini dibuat dengan mengacu pada resep peninggalan leluhur.

Berbagai jenis usaha jamu tradisional menjamur di kalangan masayarakat kita saat ini. Setiap konsumen pasti memiliki harapan bahwa jamu tradisional yang dipasarkan mampu memberikan kepuasan bagi mereka dengan harga terjangkau. Salah satunya adalah Jamu Bintang Songo.

Jamu Bintang Songo adalah jamu tradisional produksi rumahan yang di dirikan oleh Bapak Imam Taufiq. Jamu Bintang Songo ini berdiri sejak tahun1995 yang berada di Kec.Ngadiluwih Kab.Kediri RT/RW 02/05. Usaha Jamu Bintang Songo didirikan dengan tujuan ingin membantu para pekerja kerasdalam mengatasi kekuarangan stamina dan penyakit yang disebabkan oleh kecapekan dari rutinitas kerja sehari - hari.Mengetahui dengan benar pangsa pasar, pesaing dan pemasok, serta area distribusi untuk pemasaran. Meningkatkan efisiensi pemasaran yang dapat meningkatkan keuntungan dan kepuasan konsumen. Berani mengambil keputusan penting dalam keadaan darurat. Produk yang dipasarkannya juga bermacam – macam jenis dan harganya. Untuk Jamu Biasa dengan harga Rp. 10.000, Jamu Super dengan harga Rp. 12.500, Jamuistimewa dengan harga Rp. 15.000, Jamu kuat pria dengan harga Rp. 17.500.

Berdasarkan pengamatan di lapangan, Jamu Bintang Songo ramai dikunjungi pembeli. Puncak paling ramai biasanya terjadi setelah magrib. Fenomena ini dapat kita lihat setiap hari. Padahal masih banyak jamu lainnya yang menjadi pesaing Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih seperti jamu Nyonya Menir dan jamu

Leo. Tetapi menurut pengamatan yang paling ramai yaitu Jamu Bintang Songo. Dengan adanya jenis jamu yang sama menyebabkan konsumen semakin selektif dalam memilih jamu yang akan dibeli dan dikonsumsinya. Dengan adanya persaingan yang begitu ketat, Jamu Bintang Songo dituntut untuk mampu bersaing dan mempertahankan posisinya sebagai jamu yang dipilih masyarakat untuk dikonsumsi.

Banyak faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian. Menurut Suharso (2010:19) menyatakan bahwa "Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk sertamengkonsumsinya".Pengambilan keputusan konsumen merupakan salah satu aspek yang penting di dalam pemasaran karena konsumen akan melakukan pembelian atau tidak berdasarkan keputusan yang mereka tetapkan. Pada dasarnya keputusan pembelian oleh konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor antara lain harga, kualitas produk, dan pelayanan yang dilakukan oleh perusahaan.

Harga merupakan sebuah atribut diantara beberapa atribut lain dalam pengambilan keputusan. Menurut Kotler dan Amstrong (2012:345) "Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa". Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatar belakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen memilih suatu produk tersebut karena benar – benar ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut.

Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Dengan kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk senantiasa tertanam dibenak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk yang berkualitas. Menurut Sabran (2011:143) "Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan". Jadi

hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik yang akan tumbuh dengan pesat, dan dalam jangka waktu yang panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pelayanan merupakan faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Pengalaman yang baik atau buruk terhadap pelayanan akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian kembali atau tidak. Sehingga pengelola usaha dituntututuntuk memberikan pelayanan yang baik. Menurut Lewis dan Booms (2012:157) "Pelayanan yaitu seberapa bagus tingkat layanan yang mampu diberikan sesuai dengan apa yang diharapkan atau diinginkan berdasarkan kebutuhan pelanggan atau pengunjung".

Hasil penelitian dari beberapa peneliti tentang faktor – faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, ternyata menunjukkan hasil yang berbeda. Menurut penelitian yang dilakukan Kurniasari (2013) dengan judul "Analisis Pengaruh Harga, Kualitaas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang)", menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Yeni Marlina (2015) dengan judul "Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang", menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya menurut penelitian yang dilakukan Rohmah (2015) dengan judul "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Perhiasan", menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan menurut Rohmaniah dan Edwar (2014) dengan judul "Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub", menyatakan bahwa kualitas produk

tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya menurut Anggi (2016) dengan judul "Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat Elektronik Pada Toko Ardha Elektronik", menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian untuk mengetahui faktor – faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membeli di Jamu Bintang Songo. Dalam penelitian ini maka penulis akan melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Bintang Songo Di Ngadiluwih Kab. Kediri".**

II. METODE

A. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu harga, kualitas produk, danpelayanan, sedangkan variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti teknik yang digunakan adalah teknik korelasi dan menggunakan pendekatan kuantitatif.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Jamu Bintang Songo Ngadiluwih Kab. Kediri dan penelitian ini dilaksanakan pada bulan April sampai dengan Juni 2017.

D. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah semua masyarakat yang pernah mengkonsumsiJamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri. Sampel yang diambil dalam penelitian ini 70 responden yang mengkonsumsi Jamu Bintang Songo lebih dari dua kali. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *accidental sampling.*

E. Instrumen Penelitian dan Teknik Pengumpulan Data

Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu koesioner dengan menggunakan skala *Likert.* Uji instrument yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas dengan menggunakan bantuan program *SPSS versi 23.*

F. Teknik Pengumpulan Data

Penghitungan validitas dan reliabilitas dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23. Hasil pengujian validitas menunjukkan nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir kuesioner tersebut valid. Sedangkan uji reliabilitas menunjuknan bahwa nilai *cronbach's alpha* semua variabel > 0,6, sehingga butir kuesioner dikatakan reliabel (layak).

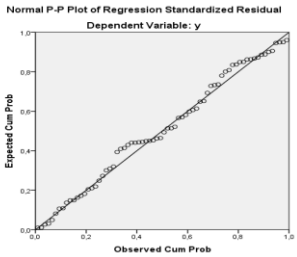
Data primer yang diperoleh yaitu dengan menyebar kuesioner (angket) kepada responden dan data skunder diperoleh dari kumpulan pendapat para ahli, jurnal dan dari buku yang berkaitan dengan penelitian ini.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah yang pertama menggunakan Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, Uji Autokorelasi, Uji Multikolinieritas, yang kedua menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda, yang ketiga menggunakan Koefisien Determinasi*(Adjusted R)*, dan yang terakhir menggunakan Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji T (uji parsial) dan Uji F (uji simultan).

III. HASIL DAN KESIMPULAN

Berdasarkan perhitungan uji asumsi klasik dalam penelitian ini dengan dibantu program SPSS versi 23 dalam proses hasil sebagai berikut:

a. Uji Normalitas



Sumber : Output SPSS 23

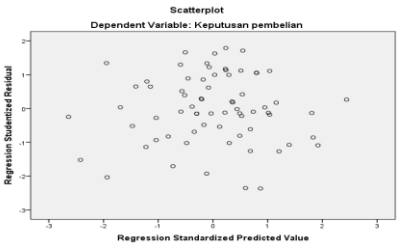
Gambar 4.2

Uji Normalitas

Dari gambar diatas, dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas, karena data dari hasil jawaban responden tentang Harga, Kualitas Produk, Pelayanan, dan Keputusan Pembelian adalah menyebar mengikuti garis diagonal dan berada disekitar garis diagonal.

b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, diperoleh gambar sebagai berikut:



Sumber : Output SPSS 23

Gambar 4.3
Uji Normalitas

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa titik–titikmenyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini dapat diartikan bahwa data dari hasil jawaban responden tentang Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanantidak mempunyai standar deviasi atau penyimpangan data yang sama terhadap Keputusan Pembelian.

c. Uji Autokorelasi

Berdasarkan hasil uji autokorelasi dapat diketahui bahwa Durbin-Watson yang dihasilkan adalah 1,978. Banyaknya variabel bebas adalah 3 dan jumlah sampel adalah 70, maka diketahui nilai du adalah 1,7028, sehingga dapat diketahui nilai durbin-watsonnya adalah 4 - du = 4 – 1,7028 = 2,297. Dapat disimpulkan bahwa nilai Durbin-Watson terletak antara du s/d 4-u, sehingga asumsi autokorelasi telah terpenuhi.

d. Uji Multikolinieritas

Berdasarkan hasil uji multikolineritas yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23 dengan melihat nilai VIF dapat dilihat bahwa variabel Harga, Kualitas Produk, dan Pelayanan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10, yaitu masing–masingsebesar 1,099 ; 1,392 ; 1,367. Dengan demikian dalam model ini tidak terjadi multikolineritas yang artinya bahwa tidak terjadi korelasi diantara variabel bebasnya.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 23, diperoleh persamaan sebagai berikut :

Y = 1,685 - 0,070X1 + 0,938X2 + 0,100X3

Artinya :

1. a = 1,685 : artinya apabila harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan pelayanan(X_3) diasumsikan memiliki pengaruh dengan keputusan pembelian (Y) memiliki nilai sebesar 1,685.
2. Regresi X1 -0,070, artinya bahwa apabila harga meningkat 1 (satuan) maka mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian menurun sebesar 0,070.
3. Regresi X2 0,938, bahwa setiap peningkatan kualitas produk secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,938 bila variabel lainnya konstan.
4. Regresi X3 0,100, artinya bahwa setiap peningkatan pelayanan secara positif naik 1 (satuan) akan mengakibatkan peningkatan keputusan pembelian sebesar 0,100 bila variabel lainnya konstan.

f. Koefisien Determinasi

Berdasarkan uji koefisien determinasi (*Adjusted* R^2) yang digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat yang dalam penelitian ini adalah pengaruh antara harga, kualitas produk, dan pelayanan secara serentak terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 23 dengan melihat nilai *Adjusted* R-*Square.*

Berdasarkan hasil pada SPSS dapat diketahu bahwa nilai *Adjusted R-Square* adalah 0,705 dan hal ini menunjukkan bahwa besarnya variasi harga (X1), kualitas produk (X2) dan pelayanan (X3) dalam menjelaskan variasi keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 71,8%. Berarti masih ada variasi

lain sebesar 28,2% yang dapat menjelaskan variasi keputusan pembelian tetapi tidak diteliti dalam penelitian ini.

g. Uji T (Uji Parsial)

Berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23, diperoleh hasil sebagai berikut:

1. Variabel Harga (X1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 1,738 signifikan pada 0,087. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,994 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikan Harga sebesar 0,087 > 0,05 yang artinya H_1 ditolak dan H_0 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa Harga (X1) secara parsial atau individu tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Variabel Kualitas produk (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 15,389 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,994 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan harga sebesar 0,000< 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa Kualitas produk (X2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Variabel Pelayanan (X3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,534 signifikan pada 0,014. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 1,994 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan pelayanan sebesar 0,014> 0,05 yang artinya H_3 diterima dan H_0 ditolak. Dengan demikian terbukti bahwa pelayanan (X2) secara parsial atau individu berpengaruh secara signifikan

terhadap keputusan pembelian (Y).

h. Uji F (uji simultan)

Berdasarkan hasil uji f yang telah dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 23, diperoleh nilai F hitung sebesar 31,511 dengan signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa nilai signifikan Uji F variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan pelayanan (X3) < 0,05 karena nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 berarti Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya, harga (X1), kualitas produk (X2) dan pelayanan (X3) secara bersama–samamempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y). Kesimpulannya adalah hipotesis berbunyi "Ada pengaruh yang signifikan antara harga, kualitas produk, dan pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian Jamu Bintang Songo", terbukti kebenarannya.

KESIMPULAN

1. Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.
2. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.
3. Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.
4. Harga, kualitas produk, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Jamu Bintang Songo di Ngadiluwih Kab. Kediri.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Anggi, A Ardha, 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Alat*

Elektronik Pada Toko Ardha Elektronik. Skripsi S1. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012a. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13*. Jakarta: Erlangga

Kurniasari, N Dhita 2013. *AnalisisPengaruh Harga,Kualitas Produk,Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (StudiKasuspadaKonsumenWaroeng Steak & Shake Cabang Jl. Sriwijaya 11 Semarang). Skripsi S1. Universitas Diponegoro.*

Lewis dan Booms (2012), Service, Quality & Satisfaction. Edisi ke 3. Fandy Tjiptono & Gregorius Chandra, Yogyakarta: Penerbit Andi

Marlina, Yeni, 2015. *Pengaruh Produk, Harga, dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sederhana By Pass Padang. Skripsi S1. Universitas Tamansiswa Padang.*

Rohmaniah, Nafisatur dan Edwar, Muhammad. *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier Men Turbo Light Oil Control Icy Scrub. (Study Pada Mahasiswa Pendidikan Kepelatihan Angkatan 2013/2014 Universitas Negeri Surabaya).*

Suharso dan Sutarso, Yudi. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu