JURNAL

ANALISIS PENGARUH *HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK XIAOMI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJAMEN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN TAHUN 2013*

ANALYSIS INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND PRODUCT CHARACTERISTIC TO DECISION OF PURCHASING XIAOMI BRAND SMARTPHONE AT STUDENT OF MANAGEMENT PROGRAM UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI FORCE YEAR 2013

Oleh:

NYANDI SUKMANINGTIYAS

13.1.02.02.0316

Dibimbing oleh :

1. **Drs. Ec. Ichsannudin, M.M**
2. **Gesty Ernestivita, M.M**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

SURAT PERNYATAAN

ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Nyandi Sukmaningtiyas
NPM	: 13.1.02.02.0316
Telepon/HP	: 085707315774
Alamat Surel (Email)	: nsukmaningtiyas@gmail.com
Judul Artikel	: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Karakteristik Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Xiaomi Pada Mahasiswa Program Studi Manajamen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan Tahun 2013
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jalan K.H. Achmad Dahlan 76, Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi 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, 3 Agustus 2017
Pembimbing I, Drs. Ec. Ichsannudin, M.M. NIDN. 0723105703	Pembimbing II, Gesty Ernestivita,M.M. NIDN. 0720059101	Penulis, Nyandi Sukmaningtiyas NPM. 13.1.02.02.0316

Skripsi oleh :

NYANDI SUKMANINGTIYAS
NPM: 13.1.02.02.0316

Judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KARAKTERISTIK PRODUK TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK XIAOMI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN TAHUN 2013

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Tanggal: 12 Juni 2017

Pembimbing I	Pembimbing II
Drs.Ec. Ichsannudin, M.M.	Gesty Ernestivita, M.M.
NIDN.0723105703	NIDN.0720059101

Skripsi oleh:

NYANDI SUKMANINGTIYAS
NPM: 13.1.02.02.0316

Judul:

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KARAKTERISTIK PRODUK TEHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK XIAOMI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN TAHUN 2013

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri
Pada tanggal: 6 Juli 2017

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.
2. Penguji I : Ema Nurzainul Hakimah, SE., M.M.
3. Penguji II : Dra. Puji Astuti, M.M., M.Si.Ak.

Mengetahui,
Dekan FE

Dr. Subagyo,M.M.
NIDN.0717066601

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KARAKTERISTIK PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK XIAOMI PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJAMEN UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI ANGKATAN TAHUN 2013

Nyandi Sukmaningtiyas

13.1.02.02.0316

Ekonomi – Manajemen

nsukmaningtiyas@gmail.com

Drs. Ec. Ichsannudin, M.M.

dan Gesty Ernestivita, M.M.

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh pengguna *smartphone* semakin bertambah banyak dari tahun ke tahun. Hal ini diikuti pula oleh pengguna internet yang semakin tahun semakin meningkat banyak juga. Mengingat potensi pasar telekomunikasi tinggi, maka pengusaha *smartphone* juga berusaha supaya diminati konsumen. Para produsen berlomba menyajikan alat komunikasi dengan sajian fitur-fitur yang canggih. Baru ini muncul salah satu *smartphone* canggih merek Xiaomi yang merupakan *smartphone startup* dari Cina yang baru dirilis tahun 2010. Meskipun umurnya baru beberapa tahun tetapi sudah dapat disandingkan dengan *smartphone* pendahulunya yang lebih dikenal luas terlebih dahulu

Tujuan dalam penelitian ini yaitu (1) menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (2) menganalisis kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (3) menganalisis karakteristik produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (4) menganalisis harga, kualitas produk dan karakteristik produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengambilan sampel menggunakan *teknik purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 40 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu teknik kausal. Alat analisis yang digunakan Uji asumsi klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis. Dengan bantuan program *SPSS For Windows Versi 23.*

Hasil dari penelitian ini adalah (1) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (2) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (3) Karakteristik produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013 (4) Harga, kualitas produk dan karakteristik produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Prodi Manajemen UNP Kediri Angkatan Tahun 2013

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

1. Latar Belakang

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, alat komunikasi modern sangatlah penting bagi masyarakat. Alat komunikasi modern tersebut memiliki manfaat yang banyak, pertama yaitu dapat mempermudah dalam berkomunikasi antar manusia dengan siapa saja dari yang jaraknya dekat maupun jauh, kedua mencari informasi dapat dengan cepat, ketiga memperluas jaringan menemukan orang-orang baru dari berbagai daerah, dan masih banyak manfaat lainnya dari alat komunikasi modern tersebut. Tidak heran jika kebutuhan alat-alat modern semakin hari semakin meningkat. Kebutuhan tersebut berdampak pada meningkatnya permintaan berbagai jenis alat komunikasi. Mengingat potensi masyarakat yang membutuhkan alat komunikasi yang semakin banyak dan terus meningkat, maka munculah begitu banyak pengusaha yang menjual berbagai macam alat komunikasi. daerah dengan meningkatkan kualitas layanan publik.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan seseorang untuk melakukan pembelian. Dengan memperhatikan harga, kualitas produk, serta karakteristik produk yang dapat menarik minat konsumen. Karena harga yang dikeluarkan *relative* terjangkau dengan kantong mahasiswa tetapi memiliki kualitas produk spesifikasi yang terbaik dan canggih serta produknya yang selalu *update* tidak kalah dengan *smartphone* lain. Maka dalam pengambilan keputusan pembelian para mahasiswa tersebut selalu memperhatikan faktor harga dan kualitas produk yang diperoleh, dan karena sesuai dengan karakteristik produk yang dimiliki. Oleh sebab itu, produsen harus selalu mendesain program pemasaran dan melakukan kegiatan yang mendorong pemasaran guna meningkatkan nilai jual produk yang dimiliki. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul **"Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Karakteristik Produk terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Xiaomi pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri Angkatan Tahun 2013"**

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013?
2. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program

Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013?

3. Apakah ada pengaruh karakteristik produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013?
4. Apakah ada pengaruh harga, kualitas produk dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013?

II. Metode

A. Variabel Penelitian

1. Identifikasi Variabel Penelitian

   Dalam penelitian ini variabel terikatnya adalah keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi, sedangkan variabel bebas dalam peneltian ini adalah harga, kualitas produk dan karakteristik produk *smartphone* merek Xiaomi.

2. Pendekatan dan Teknik Penelitian

   Pendekatan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Yaitu kasus pada pada obyek yang diteliti. digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Sedangkan teknik penelitian ini menggunakan teknik kausal, yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat. Tujuan dari analisis kausal adalah untuk mendapatkan bukti hubungan sebab akibat, sehingga dapat diketahui mana yang menjadi variabel yang mempengaruhi dan mana variabel yang dipengaruhi

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

   Dalam penelitian ini penulis melakukan penelitian terletak di Kampus 1 UNP Kediri yang berlokasi di Jl.KH. Achmad Dahlan No.76 Kediri, Jawa Timur, Indonesia. Alasan peneliti mengambil tempat tersebut adalah didasarkan pada pertimbangan peneliti bahwa harga *smarphone* merek Xiaomi yang murah sangat pas dikantong mahasiswa UNP Kediri.

2. Waktu Penelitian

   Dalam penelitian ini dilaksanakan dari bulan Mei sampai dengan bulan Juni 2017

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi Penelitian

   Menurut Sugiyono (2011:80) Populasi adalah wilayah

generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 76 mahasiswa pengguna *smartphone* merek Xiaomi.

2. Sampel Penelitian

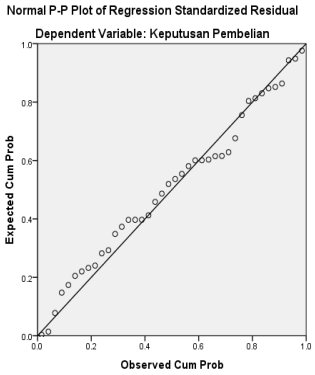
Menurut Sugiyono (2011:80) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Peneliti untuk menentukan jumlah reponden merupakan pendapat Roscoe (2008) dalam Sugiyono(2012:90) memberikan kriteria penentuan pengambilan jumlah sampel yaitu jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Dalam penelitian ini terdapat 4 variabel penelitian, jadi 4 variabel x 10 anggota sampel = 40 responden.

III. Hasil dan Kesimpulan

A. Analisis data

1. Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah SPSS (2017)

Berdasarkan gambar diatas, diketahui bahwa pada gambar *Normal Probability Plot* menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Fakta untuk membuktikan bahwa produk regresi memenuhi asumsi normalitas,

2. Uji Multikolinieritas

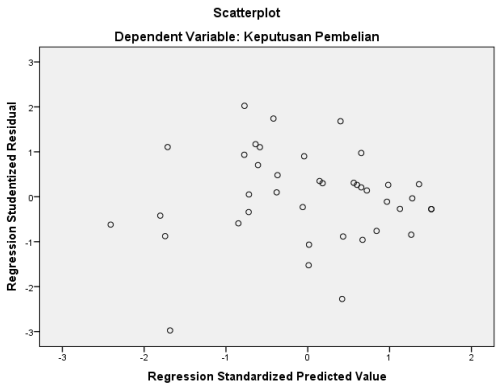
Model		Colinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	.413	2.420
	Kualitas Produk	.256	3.905
	Karakteristik Produk	.396	2.524

Sumber Hasil Olah SPSS (2017)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa model regresi tidak terjadi multikolinieritas atau korelasi yang sempurna antara variabel-variabel bebas. Kriteria tidak terjadi multikolinearitas adalah nilai VIF harga, kualitas produk, karakteristik produk dan keputusan pembelian

lebih kecil dari 10 dan nilai Tolerance lebih besar dari 0.10

3. Uji Heteroskesdastisitas



Sumber: Hasil Olah SPSS (2017)

Berdasarkan gambar di atas diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

4. Uji Autokorelasi

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	2.662	1.913

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji nilai uji *Durbin-Watson* sebesar 1.913 nilai dibandingkan dengan tabel *Durbin-Watson* signifikasi 5%, n=40, dan k=3. Nilai dU (3.40) =1.66 sehingga 4-dU= 4-1.66 = 2.34. Dengan demikian dapat disimpulkan nilai *Durbin-Watson* (dw) terletak antara du s/d 4-dU sehingga tidak terjadi autokolerasi.

5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel bebas dan variabel terikat secara parsial maupun simultan. Menurut Sugiyono (2008:277) persamaan analisis regresi linier berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

Y = a + b1x1 + b2x2 + b3x3 +……e

Model		Unstandarized Coefficients		Standarized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	constant	14.469	2.926	
	Harga	.335	.123	.495
	Kualitas Produk	.333	.146	.525
	Karakteristik Produk	.-236	.108	-.405

Sumber: Hasil olahSPSS peneliti (2017)

Dari persamaan diatas juga berarti :

a. β_1 = 0.335 Besarnya koefisien regresi harga sebesar 0.335 artinya setiap peningkatan 1 harga, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.335
b. β_2 = 0.333 Besarnya koefisien regresi kualitas produk adalah sebesar 0.333 artinya setiap peningkatan 1 kualitas produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.333
c. β_3 = -0.236 Besarnya koefisien regresi karakteristik produk sebesar -0.236 artinya setiap peningkatan 1 karakteristik produk, maka keputusan

pembelian akan menurun sebesar -0.236

6. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2010:39) variabel independen penelitian ini lebih dari 2 (dua), maka koefisien determinasi yang digunakan adalah *Adjusted R square*

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.715 [a]	.511	.470

Berdasarkan tabel diketahui nilai *Adjust R Square* adalah sebesar 0.470**.** Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 47%

7. Pengujian hipotesis
   a. Uji t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.945	.000
	Harga	2.728	.010
	Kualitas Produk	2.279	.029
	Karakteristik Produk	-2190	.035

Sumber Hasil Olah SPSS (2017)

H1 = Variabel harga memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.728 dan t_{tabel} sebesar 2.028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (α/2) 2.028. yang berarti harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013. Sehingga untuk hipotesis pertama (H1) dapat diterima

H2 = Variabel kualitas produk memperoleh t_{hitung} sebesar 2.279 dan t_{tabel} sebesar 2.028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ (α/2) 2.028. yang berarti kualitas produk secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013. Sehingga untuk hipotesis kedua (H2) dapat diterima

H3 = Variabel karakteristik produk t_{hitung} sebesar -2.190 dan t tabel sebesar 2.028 yang berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ (α/2) 2.028. Yang berarti karakteristik produk secara parsial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *smartphone* merek Xiaomi pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan tahun 2013. Sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) dapat diterima

b. Uji F

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	266.434	3	88.811	12.535	.000[b]

Dari perhitungan tabel di atas, diketahui bahwa nilai F hitung 12.535 > F tabel 2.870. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwa secara serempak (simultan) harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan karakteristik produk (X_3), berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

IV. Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel harga, kualitas produk dan karakteristik produk terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Manajemen angkatan 2013 Universitas Nusantara PGRI Kediri, dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari ketiga variabel independen tersebut. Dari rumusan masalah penelitian yang diajukan, maka analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013
2. Kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013,
3. Karakteristik produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri angkatan 2013,
4. Berdasarkan analisis secara simultan membuktikan bahwa variabel harga, kualitas produk dan karakteristik produk berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembeli.

V. Daftar Pustaka

Adisaputro, Gunawan. 2010. *Manajemen Pemasaran (Analisis untuk Perancangan Strategi Pemasaran). Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN*. Yogyakarta.

Alma, Buchari. 2011. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Anwar, Iful. 2015. *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*. Jurnal

Ilmu Riset dan Manajemen Volume 4 Nomor 12 Desember. Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya.

Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.

Dwi Priyatno. 2008. *Mandiri Belajar SPSS*. Yogyakarta: Mediakom.

Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Ghanimata, Fifyanita dan Mustafa Kamal. 2012. *''Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang".* Diponegoro Journal of Management. Vol. 1. No. 2. Hal. 1 – 10. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali, Imam. 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gitosudarno, Indriyo. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE.

Hansen dan Mowen. 2011. *Managerial Accounting (Akuntansi Manajerial) Buku 2 Edisi 8*. Jakarta: Salemba empat

Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ketiga belas. Jilid dua. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran :Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Edisi kedua, , Jakarta: Erlangga

_____. 2011. *Manajemen Pemasaran di Indonesia, Edisi Pertama*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.

_____. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Diterjemahkan oleh Benyamin Molan*. Jakarta: PT. Indeks

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2011. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1 dan 2, Alih bahasa Bob Sabran*. Jakarta: Erlangga

_____. 2011. *10th Edition "Marketing an Introduction*" Indonesia: Perason

_____. 2012. *Manajemen Pemasaran jilid II.* Edisi ketigabelas. Jakarta: Erlangga

_____. 2008. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kurniasari Nova . 2013. *Analisis Pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen Waroeng Steak & Shake dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen Waroeng Steak & Shake di Semarang*. Semarang. Skripsi.

Lesmana, Andreas. 2013. *Analisis Pengaruh Harga, Karakteristik Produk, dan Kesadaran Merk Terhadap Intensi Pembelian Motherboad*, (Online), Skripsi. Tersedia:.http ://library.binus.ac.id/Thesis/Rela tedSubject/TS-R-2013-

0109.com ,diunduh 26 April 2017

Muanas, Ahmad. 2014. *Pengaruh produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Buana Indomobil Trada. Jurnal Ilmu Riset dan Manajemen Volume 3 Nomor 12*. Surabaya. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STESIA) Surabaya

M. Guntur, Effendi. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Sagung Seto.

Pradhono, Anindiyo. 2010. *Analisis Pengaruh Karakteristik Produk, Persepsi Harga, Kesadaran Merek dalam Membangun Minat Pembelian (Studi Pada Nissan Livina*, (Online), Skripsi. Tersedia: http://library.binus.ac.id/Thesis/RelatedSubject/2010-0111.com, diunduh 26 April 2017

Priyatno, Dwi. 2008. *Mandiri Belajar SPSS (Untuk Analisis Data dan Uji Statistik)*. Yogyakarta: MediaKom

Simamora. 2004. *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Utama

Sugiyono. 2005. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

_____. 2008. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta

_____. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

_____. 2012. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

_____. 2009. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:Alfabeta,

Sukirno, Sadono. 2011. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Swastha, Basu. 2010. *Manajemen Penjualan*. Edisi Keempat. Penerbit BPFE. Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty

_____. 2007. *Azas-azas Marketing Edisi Ketiga Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta. Andi Offset

Triyanto Bayu. 2014. *Analisis pengaruh produk, promosi, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian(studi kasus pada toko seyegan sport sleman yogyakarta).* Yogyakarta. Skripsi

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Andi

_____. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Umi Narimawati. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif, Teori dan Aplikasi*. Bandung: Aagung Media