JURNAL

UPAYA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA GRIYA INDOSAT OOREDOO KEDIRI

Oleh :

Andika Bagus Prastyo
NPM : 14.1.02.02.0146

Dibimbing oleh :

1. **Dr. Samari**
2. **Rony Kurniawan, M.M.**

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UN PGRI KEDIRI
2018

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	: Andika Bagus P
NPM	: 14.1.02.02.0146
Telepon/HP	: 085645880007
Alamat Surel (Email)	: Andhikabagus92@gmail.com
Judul Artikel	: Upaya Meningkatkan Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Melalui Kualitas Produk, Harga dan Promosi Pada Griya Indosat Ooredoo Kediri
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: UN 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 (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 dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui,		Kediri,7 Agustus 2018
Pembimbing I,	Pembimbing II,	Penulis,
Dr. Samari NIDN. 0727127801	**Rony Kurniawan, M.M.** NIDN. 0730076804	**Andika Bagus P** NPM. 14.1.02.02.0146

Andika Bagus P I 14.1.02.02.0146 simki.unpkediri.ac.id
Ekonomi – Manajemen I I 2 I I

UPAYA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA GRIYA INDOSAT OOREDOO KEDIRI

ANDIKA BAGUS PRASTYO
NPM: 14.1.02.02.0146
Ekonomi - Manajemen
Andhikabagus92@gmail.com
Dr. Samari[1] dan Rony Kurniawan., M.M.[2]
UN PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh Kemajuan teknologi saat ini semakin modern dan terus berkembang terutama di bidang komunikasi dengan di ciptakannya berbagai alat komunikasi untuk memudahkan masyarakat. Indonesia sangat luas, beragam, dan secara geografis terpisah di atas gugusan negara kepulauan.

Tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui: (1) Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (2) Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (3) Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (4) Pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan kausalitas. Sampel yang yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan sampel yang digunakan sebanyak 40 responden menggunakan teknik pengambilan sampel *accident sampling* dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows versi 23.*

Kesimpulan dari penelitian ini adalah : (1) Ada pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (2) Ada pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (3) Ada pengaruh antara promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri. (4) Ada pengaruh antara antara kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredoo Kediri.

.

KATA KUNCI: Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kemajuan teknologi saat ini semakin modern dan terus berkembang terutama di bidang komunikasi dengan di ciptakannya berbagai alat komunikasi untuk memudahkan masyarakat. Indonesia sangat luas, beragam, dan secara geografis terpisah di atas gugusan negara kepulauan. Namun, Indonesia kini telah terhubung erat satu dengan yang lainnya. Ratusan juta penduduk Indonesia terjangkau, tersambung, dan saling berhubungan lewat teknologi informasi, baik itu telepon seluler, internet, dan perangkat media sosial lainnya.

Kebutuhan internet menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk dapat mengakses informasi dengan mudah. Hal tersebut dikarenakan dengan layanan internet, maka masyarakat dapat menjelajahi dunia maya untuk mencari informasi yang dibutuhkan ataupun mengakses layanan media sosial yang pada saat ini tengah digemari di kalangan masyarakat sebagai sarana berkomunikasi. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut maka masyarakat menginginkan layanan akses internet yang cepat dan tanpa hambatan untuk dapat mendapatkan data ataupun informasi yang dibutuhkan dengan mudah.

Strategi yang dilakukan perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran yaitu bauran pemasaran. Menurut Kotler (2010:92) “bauran pemasaran adalah perangkat pemasaran yang baik yang meliputi produk, penentuan harga, promosi, distribusi, digabungkan untuk menghasilkan respon yang diinginkan pasar sasaran”. Keberhasilan strategi pemasaran tergantung dari kemampuan perusahaan mengombinasikan keempat unsur penting dalam marketing mix secara tepat dan optimal. Produk merupakan unsur yang penting dalam bauran pemasaran, maka dalam pemasaran hasil produksi yang penting ialah menjual inti dari produk, yaitu manfaat dari produk. Manfaat atau inti dari produk merupakan jasa hakiki yang memang dikehendaki oleh konsumen.

Menurut Kotler dan Amstrong (2010:177) “keputusan pembelian konsumen tidak terlepas dari bagaimana konsumen melalui beberapa tahap yaitu mengetahui masalah yang dihadapi sampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen”.

Sebelum memutuskan membeli suatu produk, konsumen akan melakukan beberapa alternatif pilihan, jika konsumen sudah memutuskan untuk membeli atau tidak membeli suatu produk maka konsumen sudah melakukan keputusannya. Pertama harus dipahami adalah sifat-sifat keterlibatan konsumen dengan produk sebelum memahami pembuatan keputusan pembelian. Keterlibatan kosumen terhadap produk berarti seberapa besar seseorang merasa terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk. Keputusan pembelian produk dipengaruhi oleh beberapa variabel yaitu harga, kualitas produk, dan promosi.

Faktor petama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk, menurut Kotler dan Amstrong (2010:27) "kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut lainnya". Kartu perdana internet Indosat Ooredoo sudah dipasarkan hampir di seluruh Indonesia dan salah satunya di seluruh karesidenan Kediri, jumlah produk yang mampu terjual di setiap bulannya tidak stabil, permintaan pasar bisa naik pesat tetapi terkadang juga mengalami penurunan. Sehingga membuat peneliti ingin mengetahui adakah pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Weenas (2013) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "Kualitas produk, harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta".

Faktor kedua yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah harga. "Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan sebuah produk atau jasa yang dibutuhkan atau diinginkan konsumen". Kotler dan Amstrong (2010:76). Harga juga berkaitan dengan citra suatu produk, harga yang terjangkau menjadi pemicu untuk meningkatkan kinerja pemasaran, akan tetap masih banyak masyarakat yang beranggapan bahwa adanya kolerasi kuat antara harga dan kualitas. Harga kartu perdana internet Indosat Ooredoo terbilang ekonomis dan dapat dijangkau oleh semua kalangan, terbukti bahwa kategori pelanggan

mulai dari kalangan pelajar sampai dengan karyawan atau wisausaha. Hal ini didukung oleh Iswayanti (2010) dalam penelitian terdahulu yang berjudul "Analisis pengaruh kualitas produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang)".

Faktor ketiga yang tidak kalah bepengaruh terhadap keputusan pembelian adalah promosi. "Promosi adalah sebuah aktifitas yang mengkomunikasikan hubungan antara produk dengan target konsumen yang akan membeli produk tersebut". Kotler dan Amstrong (2010:76) Promosi dilakukan untuk mengguggah minat masyarakat untuk melakukan pembelian, dan promosi digunakan sebagai alat penyebaran informasi tentang suatu produk dari perusahaan ke masyarakat yang menjadi target. Customer Service Indosat Ooredoo selalu mengatasi keluhan pelanggan dan menjelaskan mengenai program ataupun produk terbaru dari Indosat ooredoo, sehingga dengan selalu dilakukan kegiatan promosi kepada pelangan akan berpengaruh pada penjualan kartu perdana internet Indosat Ooredoo. Hal ini didukung oleh Mongi, dkk (2013) dalam jurnal penelitiannya yang berjudul "Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado".

Griya Indosat Ooredoo merupakan kantor pelayanan bagi pelanggan, pusat informasi dan pemasaran seputar produk Indosat Ooredoo, dengan variasi produk yang tersedia. Griya Indosat Ooredoo menawarkan beberapa produk dengan harga yang beragam, produk yang di pasarkan salah satunya seperti kartu perdana internet karena produk ini memang sangat dibutuhkan di era saat ini. Perusahaan ini memiliki kantor pusat di Kota Jakarta dan beberapa kantor cabang di seluruh Indonesia dan salah satunya terletak di kabupaten Kediri. Indosat Ooredoo bukanlah salah satu provider yang menyediakan layanan internet yang di butuhkan saat ini, melainkan ada beberapa operator lain yang menawarkan variasi produk dengan kualitas jaringan internet yang tidak kalah bagusnya. Maka dari itu Griya Indosat Ooredoo berusaha meningkatkan penjualan dengan beberapa cara agar tidak kalah dengan

distributor lain yang menjual kartu perdana internet operator lain.

Beberapa provider telekomunikasi menawarkan paket hemat layanan internet dengan harga murah dan kuota yang cukup akan tetapi dengan kualitas layanan yang kurang maksimal diantaranya adalah sinyal internet yang kurang bagus sehingga menyebabkan akses data menjadi lambat. Menyikapi fenomena yang ada di masyarakat tersebut maka hadir layanan internet dari Indosat Ooredoo dengan kualitas 4G dengan berbagai keunggulan yang dapat menjadi pilihan masyarakat dalam mengakses layanan internet.

Indosat Ooredoo sebagai salah satu operator komunikasi di Indonesia telah meluncurkan layanan 4G dimana memiliki keunggulan diantaranya akses data internet lebih cepat. Diharapkan dengan adanya keunggulan tersebut maka pelanggan akan puas terhadap layanan yang diberikan. Antusias dari masyarakat yang menggunakan internet sehingga kebutuhan masyarakat dalam hal kecepatan akses internet menjadi sangat penting. Karakteristik dari layanan Indosat Ooredoo yaitu pelanggan dapat melakukan download video dan berbagi video, musik dan konten multimedia lainnya dengan muatan akses yang besar dan kecepatan yang tinggi.

Berdasarkan latar belakang di atas peneliti membuat sebuah penelitian sebagai karya tulis ilmiah dengan judul **"UPAYA MENINGKATKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU PERDANA INTERNET MELALUI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI PADA GRIYA INDOSAT OOREDOO KEDIRI "**.

II. METODE PENELITIAN

Dilihat dari jenis datanya peneitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan teknik kausalitas, dimana hal tersebut digunakan untuk mengetahui sebab akibat antar variabel. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden dengan teknik pengambilan sampelnya berupa *accident sampling*, dan di analisis menggunakan regresi linier berganda menggunakan aplikasi *software* SPSS 23.

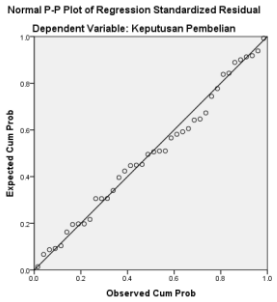
III. HASIL PENELITIAN DAN KESIMPULAN

A. Pengujian Asumsi Klasik

Untuk memenuhi syarat yang ditentukan dalam model regresi linier berganda perlu dilakukan pengujian sebagai berikut:

1. Uji Normalitas

   Produk regresi yang baik adalah data dengan distribusi yang normal atau mendekati normal. Deteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik.



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas Grafik *Normal Probability Plot*

Berdasarkan hasil uji normal *probability plots*, dapat diketahui bahwa data yang dianalisis telah berdistribusi secara normal, yang ditunjukkan oleh titik-titik atau data menyebar berimpit disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, sehingga model regresi ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Multikolinieritas

   Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Metode yang digunakan untuk mendeteksi adanya multikolinieritas adalah dengan menggunakan nilai VIF (*variance inflasion factor*).

   Berdasarkan hasil uji multikolinieritas dari matrik kolerasi antar variabel independen dan nilai *tolerance* dan VIF, ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1
Pengujian Multikolinearitas
Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.993	1.007
	Harga	.822	1.217
	Promosi	.822	1.217

a. Dependent Variable: keputusan.pembelian

Dari tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa setiap variabel bebas (kualitas produk, harga dan promosi) mempunyai nilai VIF < 10

dan nilai *Tolerance* > 0,1. Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai *tolerance* untuk kualitas produk sebesar 0.993 dan VIF sebesar 1.007, variabel harga dengan nilai *tolerance* sebesar 0,822 dan VIF sebesar 1,217, dan variabel promosi dengan nilai *tolerance* sebesar 0,822 dan VIF sebesar 1,217. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini terbukti terbebas dari gejala multikolinearitas..

3. Uji Autokolerasi

Uji autokorelasi dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi linier ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Salah satu uji formal yang paling populer untuk mendeteksi autokorelasi adalah uji *Durbin-Watson* (DW *Test*).

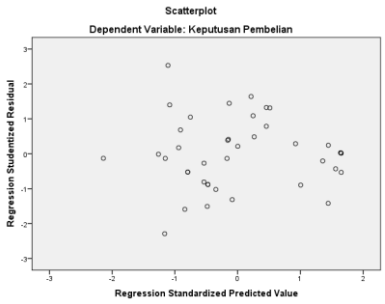
Tabel 2
Uji autokorelasi

Model	Durbin-Watson
1	1,816

Berdasarkan tabel 2 diatas, pengujian yang telah dilakukan menghasilkan nilai *Durbin-Watson* sebesar 1,816. Nilai dU dengan 3 variabel bebas n = 40 yaitu 1,660 dan nilai 4-dU = 2,340. Jadi 1,660<1,816<2,340 atau dL < DW < 4-dU, sehingga dapat disimpulkan bahwa dalam pengujian model regresi ini tidak terjadi autokorelasi

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk pengujian ini adalah untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual suatu pengamatan ke pangamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas, namun jika berbeda disebut dengan heteroskedastitas.



Gambar 2
Uji Heteroskedastisitas

Pada hasil, grafik *scatterplots* terlihat bahwa titik-tik menyebar secara acak dan tidak menunjukkan pola tertentu, tersebar baik di atas maupun di bawah 0 pada sumbu Y. Sehingga diketahui model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

B. Analisis Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen dengan variabel dependen, maka digunakan model regresi linier berganda dengan yang dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta 1\, X1 + \beta 2\, X2 + \beta 3\, X3 + e$$

Berdasarkan hasil, didapat persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 4{,}904 + 0{,}329X_1 + 0{,}367X_2 + 0{,}238X_3 + \acute{\varepsilon}$$

C. Uji Koefisien Determinasi (*adjusted* R^2)

Koefisien determinasi (*adjusted* R^2) dimaksudkan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Analisa determinasi digunakan untuk mengetahui prosentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara serentak terhadap variabel terikat.

Koefisien ini menunjukkan seberapa besar prosentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variabel terikat. *Adjusted* R^2 = 0 maka variasi variabel bebas yang digunakan dalam metode tidak menjelaskan sedikitpun variasi variabel terikat. Sebaliknya jika *Adjusted* R^2 = 1 maka variasi variabel bebas digunakan dalam model menjelaskan 100% variasi variabel terikat.

Tabel 3
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	.742[a]	.550	.513

Berdasarkan hasil, didapat nilai *Adjusted* R *Square* sebesar 0,513. Dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan promosi dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 51,3% dan sisanya yaitu 48,7% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

D. Pengujian Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini digunakan uji-t dan uji-F sebagai berikut penjelasannya:

1. Uji-t (Uji Parsial)

Pengujian ini dilakukan guna membuktikan variabel independen secara parsial memiliki pengaruh signifikan atau tidak dengan variabel dependennya. Hipotesis untuk pengujian ini adalah sebagai berikut:

H0: X_1,X_2,X_3 secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Y

Ha :X_1,X_2,X_3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y

Tabel 4
Hasil Uji **t**

Model		t	Sig.
1	(Constant)	1.385	.175
	Kualitas Produk	3.096	.004
	Harga	3.512	.001
	Promosi	3.081	.004

Hasil pengujian uji-t menunjukan:

a. Diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 3,096 > 2,028 dan dengan menggunakan cara taraf signifikan yaitu 0,004 < 0,05 yang berarti H0 ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga untuk hipotesis pertama (H1) diterima.
b. Diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 3,512 > 2,028 dan dengan menggunakan cara taraf signifikan yaitu 0,001 < 0,05 yang berarti H0 ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga untuk hipotesis kedua (H2) diterima.
c. Diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu 3,081 > 2,028 dan dengan menggunakan cara taraf signifikan yaitu 0,004 < 0,05 yang berarti H0 ditolak dan Ha di terima. Berdasarkan perhitungan diatas membuktikan bahwa promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga untuk hipotesis ketiga (H3) diterima.

2. Uji-F (Uji Simultan)

Uji-F digunakan untuk menguji bagaimana variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) secara simultan terhadap variabel terikatnya yaitu keputusan

pembelian (Y). Uji-F dapat dicari dengan membandingkan hasil dari probabilitas *value*.

Tabel 5
Hasil Uji F
Anova[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	14.677	.000[b]
	Residual		
	Total		

Berdasarkan hasil uji-F, , diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 14,677 > F tabel 2,866 atau dengan menggunakan cara taraf signifikan yaitu 0,000 < 0,05 yang artinya H0 ditolak dan Ha diterima. Dari perhitungan tersebut membuktikan bahwa kualitas produk (X1), harga (X2) dan promosi (X3) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

IV. PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian Kartu Perdana Internet Indosat Ooredoo. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredo.
2. Ada pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredo.
3. Ada pengaruh yang signifikan antara promosi terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredo.
4. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk, harga, dan promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian kartu perdana internet Indosat Ooredoo di Griya Indosat Ooredo.

DAFTAR PUSTAKA

Arikunto, S. *2013*. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

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

Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.

Fiera Aryati Natakusumah dan Ai Lili Yuliati. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Ina Cookies Bandung*. Diakses 21 April 2018.

Ghozali, Imam. *2013*. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hartono, Jogiyanto. *2011*. *Metodologi Penelitian Bisnis*: Salah Kaprah dan. Pengalaman-pengalaman.

Ika Putri Iswayanti. 2010. *Analisis pengaruh kualitas produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang).* Diakses 21 April 2018.

Indriyo, Gitosudarmo, *2008, Manajemen Pemasaran, edisi pertama, cetakan keempat*, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.

Jackson R.S Weenas. 2013. *Kualitas produk, harga, promosi, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. Diakses 21 April 2018.

Kotler Philip dan Kevin L. Keller, 2012. *Manajemen Pemasaran Edisi 14*, Global Edition. Pearson Prentice Hall.

Kotler, Ketler. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rineka Cipta.

Lidya Mongi, Lisbeth Mananeke, dan Agusta Repi. 2013. *Kualitas Produk, Strategi Promosi dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Simpati Telkomsel Di Kota Manado*. Diakses 21 April 2018.

Lupiyoadi, Rambat. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.

Nitisusantro, Mulyadi. 2012. *Perilaku Konsumen*, Cetakan Pertama: Bandung. Alfabeta.

Ody Yustiawan. 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario*. Diakses 21 Mei 2018.

Sofjan, Assauri. 2009. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, Dan Strategi Edisi Pertama*. Jakarta: Raja Grafindo.

Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh*. Jakarta : Erlangga.

Sugiyono. *2016*. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Sujarweni, V. Wiratna. *2014*. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru.

Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Mengenali Perilaku Konsumen).* Alfabeta: Bandung

Tjiptono Fandy, 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi 4*. Yogyakarta : Andi