

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PELANGGAN MINIMARKET** (Studi Kasus pada Pelanggan
Minimarket 78 Maju Mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo)

MOH. DWI VIGUR QORI AL FENI

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Dwivigo44@gmail.com

Abstract : *The development of a country's era is very fast and growing which has an impact on business in Indonesia at this time it can be said to have increased every year, one of which is developments in the world of Retail Business. Supermarkets are modern markets that are a means of marketing products to be sold by the company. The activities carried out by supermarkets are not much different from sales, namely by providing various types of products or consumer needs from various companies. In the competition to obtain consumer purchasing decisions, several factors that can be considered are service quality, price perception and location. The purpose of this research is in accordance with what is stated in the problem formulation, namely to determine the role of Service Quality, Price Perception and Location in influencing Purchase Decisions for 78 Maju Mapan Minimarket Customers. This research was conducted in one of the minimarkets in Taman District, Sidoarjo. Sampling was done by distributing questionnaires to 100 respondents. This research uses quantitative research. The analysis technique used is multiple linear regression analysis technique to test the hypothesis. The results in this study indicate that service quality has an influence on purchasing decisions at Minimarket 78 Maju Mapan. With the results of the hypothesis test, the Service Quality variable (X1) has a value of 3.775 while ttable is 1.98498 and the significance value is 0.000. Meanwhile, Price Perception (X2) has a value of 4.754 while ttable is 1.98498 and the significance value is 0.000. and for, Location (X3) has a value of 2.553 while ttable is 1.98498 and the significance value is 0.000. Thus, in this study all hypotheses were stated to be proven and accepted as true.*

PENDAHULUAN

Perkembangan jaman suatu negara sangatlah cepat dan berkembang yang berimbas pada bisnis di Indonesia saat ini dapat dikatakan mengalami peningkatan setiap tahun, salah satunya yaitu perkembangan dalam dunia Bisnis Retail. Bisnis retail merupakan kegiatan bisnis yang familiar bagi sebagian besar masyarakat. Bisnis ritel di Indonesia dapat dibedakan menjadi 2 kelompok besar, yakni ritel tradisional dan ritel modern. Ritel modern pada dasarnya merupakan pengembangan dari ritel tradisional. Ritel modern yang memiliki tempat lebih luas, jenis barang yang dijual lebih beraneka ragam, memiliki manajemen yang terorganisir, dan harganya telah menjadi harga tetap. Salah satu ritel modern ialah Minimarket, Minimarket merupakan pasar modern yang menjadi sarana pemasaran produk yang akan dijual oleh perusahaan. Setiap minimarket harus dapat memberikan pelayanan yang terbaik dan menyediakan produk-produk sesuai dengan kebutuhan konsumen. Mengutamakan konsumen akan memotivasi perilaku membeli produk dan pada akhirnya diharapkan dapat menambah penghasilan minimarket. Untuk itu, kualitas pelayanan di minimarket harus tetap terjaga. Selain itu, permasalahan yang sering terjadi pada minimarket yaitu apabila produk yang dicari konsumen tidak ada, maka konsumen tersebut akan berpindah ke minimarket yang lainnya dan selanjutnya konsumen akan enggan untuk datang kembali. Keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap suatu produk. Terdapat banyak faktor yang

mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi.

RUMUSAN MASALAH

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo ?
2. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo ?
3. Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo ?
4. Apakah kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo ?

LANDASAN TEORI

KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2017), kualitas pelayanan merupakan total pengalaman yang hanya dievaluasi oleh pelanggan.

PERSEPSI HARGA (X₂)

Menurut Simamora (2001), harga adalah nilai yang dipertukarkan untuk memperoleh suatu produk.

LOKASI (X₃)

Menurut Kasmir (2016), Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Menurut Kasmir (2016), Keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen sendiri merupakan salah satu tindakan konsumen tersebut untuk melakukan pembelian suatu produk maupun jasa. Perusahaan pun pasti sudah mempunyai strategi agar konsumen memilih keputusan pembelian produknya.

INDIKATOR VARIABEL

KUALITAS PELAYANAN (X₁)

Menurut Zeithaml dan Bitner (2017), ada 5 indikator dari variabel Kualitas Pelayanan yaitu :

- Bukti Langsung
- Keandalan
- Daya Tanggap
- Jaminan
- Empati

PERSEPSI HARGA (X₂)

Menurut Simamora (2001), ada 3 indikator dari variabel Persepsi Harga yaitu :

- Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- Kesesuaian harga dengan manfaat
- Harga bersaing

LOKASI (X₃)

Menurut Kasmir (2016), ada 4 indikator dari variabel Lokasi yaitu :

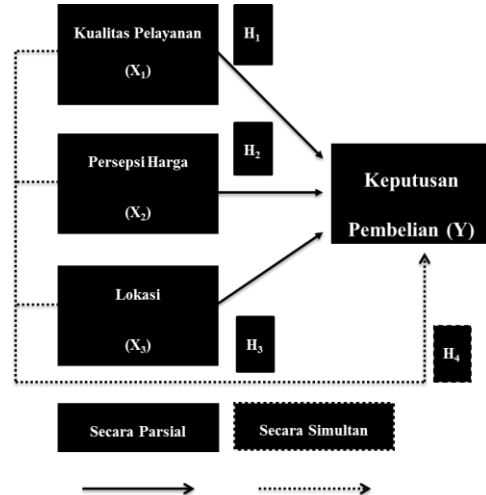
- Akses
- Visibilitas
- Lingkungan
- Ekspansi

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Menurut Kasmir (2016), ada 4 indikator dari variabel Keputusan Pembelian yaitu :

- Kemantapan pada sebuah produk
- Kebiasaan dalam membeli produk
- Memberikan rekomendasi pada orang lain
- Melakukan pembelian ulang

KERANGKA KONSEPTUAL



HIPOTESIS PENELITIAN

- H₁ : Variabel Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo.

- H₂ : Variabel Persepsi harga secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo.
- H₃ : Variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo.
- H₄ : Variabel Kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada pelanggan minimarket 78 maju mapan di Kecamatan Taman, Sidoarjo.

METODE PENELITIAN

DESAIN PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan ini adalah deskriptif dengan menggunakan metode pendekatan kuantitatif

TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN

Dalam penelitian ini sendiri dilakukan penulis untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Minimarket 78 Maju Mapan yang berlokasi di Kecamatan Taman, Sidoarjo. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan April – Juni 2021.

JENIS DATA

Jenis data dalam penelitian ini menggunakan data kuantitatif (data berbentuk angka).

SUMBER DATA

Data primer adalah sumber data yang didapatkan langsung kepada pengumpul data.

POPULASI

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Minimarket 78 Maju Mapan.

SAMPEL

Sampel adalah kumpulan elemen yang merupakan bagian kecil dari populasi. Sampel pada penelitian ini adalah seluruh konsumen Minimarket 78 Maju Mapan. Untuk menentukan jumlah sampel pada penelitian yang tidak diketahui jumlah populasinya maka rumus slovin yang digunakan yaitu :

$$N = Z^2 / (4(Moe)^2)$$

Keterangan :

N : Jumlah sampel

Z : Tingkat distribusi normal pada taraf signifikansi 5% = 1,96

Moe : Margin of error, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi

Dengan menggunakan margin of error (Moe) sebesar 10%, maka jumlah sampel yang dapat diambil adalah sebesar :

$$N = (1,96^2) / (4(0.10)^2) = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan sampel yang diambil yaitu 96 responden. Namun agar menghasilkan data yang lebih fit maka sampel yang diambil menjadi 100 responden.

METODE PENGUMPULAN DATA

Menggunakan kuesioner dengan skala likert 5 poin.

TEKNIK ANALISIS DATA

- Statistik Deskriptif
- Uji Validitas
- Uji Reliabilitas
- Analisis Regresi Linier Berganda
- Koefisien Determinasi R²
- Uji t
- Uji F

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN DESKRIPSI DATA RESPONDEN

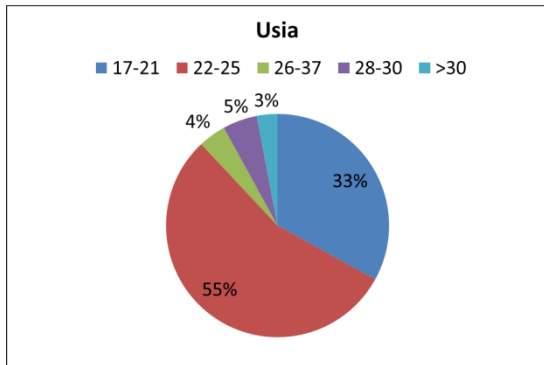


Diagram usia responden diketahui bahwa sebagian besar responden berusia sekitar 22-25 tahun dengan jumlah sebanyak 55 orang (55%), sedangkan jumlah responden terendah adalah responden yang berusia >30 tahun keatas sebanyak 3 responden (3%).

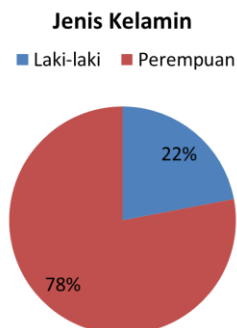


Diagram berdasarkan genre atau jenis kelamin diketahui bahwa berjenis kelamin perempuan lebih banyak dari pada responden laki-laki dengan jumlah responden perempuan sebanyak 78 orang (78%) dan jumlah responden laki-laki sebanyak 22 orang (22%).

STATISTIK DESKRIPTIF

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total_KP	100	26	45	36.16	3.863
Total_PH	100	21	35	28.18	3.076
Total_L	100	19	30	24.28	2.470
Total_KEP	100	13	25	20.36	2.855
Valid N (listwise)	100				

Diketahui bahwa nilai seluruh variabel memiliki nilai standart deviasi lebih kecil dari nilai mean yang merepresentasikan bahwa rendahnya

penyimpangan data atau data telah berdistribusi secara merata.

UJI VALIDITAS

Variabel	Kualitas Pelayanan (X ₁)								
	KP ₁	KP ₂	KP ₃	KP ₄	KP ₅	KP ₆	KP ₇	KP ₈	KP ₉
Pernyataan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. (2-Failed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. 5%	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Kesimpulan	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Variabel	Persepsi Harga (X ₂)						
	PH ₁	PH ₂	PH ₃	PH ₄	PH ₅	PH ₆	PH ₇
Pernyataan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. (2-Failed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. 5%	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Kesimpulan	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Diketahui dari tabel Uji Validitas diatas Variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga mempunyai nilai sig sebesar 0.00 lebih kecil dari 0.05 artinya seluruh butir pertanyaan pada kuesioner Variabel Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga penelitian ini dapat dinyatakan valid.

Variabel	Lokasi (X ₃)					
	L ₁	L ₂	L ₃	L ₄	L ₅	L ₆
Pernyataan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. (2-Failed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. 5%	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Kesimpulan	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Variabel	Keputusan Pembelian (Y)				
	KEP ₁	KEP ₂	KEP ₃	KEP ₄	KEP ₅
Pernyataan	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. (2-Failed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Sig. 5%	0.05	0.05	0.05	0.05	0.05
Kesimpulan	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Tabel Uji Validitas berikutnya yaitu Variabel Lokasi dan Keputusan Pembelian diketahui bahwa dari 2 tabel tersebut nilai sig sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05 artinya seluruh butir pertanyaan pada kuesioner Variabel Lokasi dan Keputusan Pembelian dinyatakan Valid.

UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach		Kesimpulan
	Alpha	Alpha	
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0.904	0.6	Reliabilitas
Persepsi Harga (X ₂)	0.733	0.6	Reliabilitas
Lokasi (X ₃)	0.628	0.6	Reliabilitas
Keputusan Pembelian (Y)	0.781	0.6	Reliabilitas

Nilai cronbach alpha dari seluruh variabel yang digunakan lebih besar dari 0,60 artinya seluruh instrumen kuesioner dapat dinyatakan reliabel.

ANALISIS DATA

REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	3.515	1.278		2.752	.723
	Kualitas Pelayanan (X ₁)	.217	.122	.385	3.775	.000
	Persepsi Harga (X ₂)	.141	.187	.254	4.754	.000
	Lokasi (X ₃)	.561	.220	.682	2.553	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

$$Y = 3.515 + 0.217 X_1 + 0.141 X_2 + 0.561 X_3$$

- Diketahui dari tabel analisis regresi linier berganda bahwa nilai konstanta sebesar 3.515 artinya bahwa semua variabel independen bernilai 0 maka kepuasan kerja karyawan akan bernilai 3.515.
- Dan selanjutnya yaitu nilai koefisien X_1, X_2, X_3 ini bernilai positif artinya seluruh variabel independen memberi pengaruh kearah positif terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Minimarket.

KOEFISIEN DETERMINASI R^2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.803 ^a	.645	.633	2.431

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)

Nilai koefisien determinasi yaitu nilai adjusted r square sebesar 0.633 artinya seluruh variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 63.3%, sementara sisanya sebesar 36.4% dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

UJI t

Variabel	tHitung	tTabel	Sig	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X_1)	3.775	1.98498	0.000	$t_{hitung} > t_{tabel}$
Persepsi Harga (X_2)	4.754	1.98498	0.000	$t_{hitung} > t_{tabel}$
Lokasi (X_3)	2.553	1.98498	0.000	$t_{hitung} > t_{tabel}$

Dapat disimpulkan dari tabel uji t tersebut yaitu :

- H_1 diterima : dengan nilai sig 0.00 lebih kecil dari 0.005 dan nilai t hitung 3.775 lebih besar dari t tabel 1.98498.
- H_2 diterima : dengan nilai sig 0.00 lebih kecil dari 0.005 dan nilai t hitung 4.754 lebih besar dari t tabel 1.98498.
- H_3 diterima : dengan nilai sig 0.00 lebih kecil dari 0.005 dan nilai t hitung 2,553 lebih besar dari t tabel 1.98498.

UJI F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	39.456	3	27.443	10.846	.000
	Residual	7.054	96	3.149		
Total		46.510	99			

a. Predictors: (Constant), Lokasi (X3), Persepsi Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Untuk hasil uji f penelitian ini dapat diketahui bahwa nilai f hitung sebesar 10.486 lebih besar dari pada f tabel sebesar 2.70 dan nilai sig 0.000 lebih kecil daripada 0.05 maka dapat diambil kesimpulan bahwa dari semua variabel terikat secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel bebas.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis tentang Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi apakah mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di Minimarket 78 Maju Mapan. Maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket 78 Maju Mapan. Hasil dari jawaban responden menyatakan bahwa indikator variabel Kualitas Pelayanan yang mempunyai nilai mean tertinggi yaitu dengan pernyataan “Pegawai di Minimarket 78 Maju Mapan melayani dengan ramah/senyum”.
2. Persepsi Harga dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket 78 Maju Mapan. Hasil dari jawaban responden menyatakan bahwa indikator Persepsi Harga yang memiliki mean tertinggi yaitu “Harga produk Minimarket 78 Maju Mapan yang rendah membuat konsumen ingin berbelanja kembali”.
3. Lokasi dalam penelitian ini mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Minimarket 78 Maju Mapan. Hasil dari jawaban responden menyatakan bahwa indikator variabel Lokasi yang memiliki nilai tertinggi yaitu dengan indikator “Minimarket 78 Maju Mapan berada ditempat yang mudah terlihat sehingga mudah ditemukan”.

SARAN

Dengan adanya kesimpulan yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh penulis, maka penulis akan memberikan saran-saran yang di harapkan bisa bermanfaat bagi Minimarket 78 Maju Mapan dan peneliti selanjutnya antara lain :

1. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan Minimarket 78 Maju Mapan perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan karena kualitas pelayanan Minimarket 78 Maju Mapan termasuk dalam kategori baik.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel persepsi harga menunjukkan bahwa konsumen masih mempertimbangkan harga dengan toko lain. Hal ini ditunjukkan dengan hasil kusioner yang mendapatkan nilai terendah pada pernyataan “Harga produk Minimarket 78 Maju Mapan yang rendah membuat konsumen ingin berbelanja kembali” Sebaiknya Minimarket 78 Maju Mapan sering memberikan promo dengan memberikan potongan harga atau dengan cara lainnya agar konsumen tertarik untuk melakukan pembelian.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada variabel lokasi menunjukkan hasil kusioner yang mendapatkan nilai terendah terdapat pada pernyataan “Tempat parkir Minimarket 78 Maju Mapan luas” hal ini menunjukkan bahwa pihak Minimarket 78 Maju

Mapan harus lebih memperluas kawasan parkir untuk konsumen, sehingga konsumen akan lebih merasakan kemudahan saat berkunjung ke Minimarket 78 Maju Mapan tersebut dengan cara menjalin kerja dengan warga sekitar Minimarket untuk menyewakan lokasi untuk parkir.

4. Dalam penelitian tentunya mempunyai kelebihan dan kekurangan tersendiri, begitu juga dengan penelitian ini yang hanya dilihat dari segi kualitas pelayanan, persepsi harga dan lokasi pada Minimarket tersebut. Maka dari ini diharapkan adanya penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana hal yang harus dilakukan dalam meningkatkan keputusan pembelian pada Minimarket 78 Maju Mapan diluar variabel yang telah diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Achidah, Nur. Warso, M Mukery dan Hasilooan, Leonardo Budi. (2016). Jurnal: "Pengaruh Promosi, Harga dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris Pada Produk Yamaha Mio GT Di Weleri-Kendal)". Fakultas Ilmu Ekonomika dan Bisnis Universitas Pandanaran Semarang. Journal Of Management, Volume 2 No.2 Maret 2016
- Ardhana, O., & TRI ASTUTI, S. R. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. 2011. Metodologi Riset Manajemen Pemasaran. UIN-Maliki Press. Malang.
- Creswell, J. W. (2002). Desain penelitian. Pendekatan Kualitatif & Kuantitatif, Jakarta: KIK.
- Chandra, Gregorius . 2002. Strategi Dan Program Pemasaran, edisi 1. Yogyakarta.
- Devi Puspa Sari dan Audita Nuvriasari. (2018). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merk Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Dharmesta, B. Swasta dan Handoko, T. Hani. Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. Universitas Gajah Mada. Yogyakarta.
- Dari, T. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Indomaret (Studi Kasus Pada Konsumen Indomaret Di Nginden Semolo 53 Surabaya) (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Edy Gufran Darwis. (2017). Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Pada PT.Hadji Kalla Cabang Alauddin Makassar.
- Elfira Palupi. (2019). Pengaruh Lokasi, Brand Image dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Warcat Mas Gimbal Ponorogo.
- Ghozali, Imam, 2014. Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit. UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam. 2016. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Rakhmat, J. (2020). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi Melalui Sosial Media Terhadap Keputusan Pembelian Membeli Makanan Kuliner Menggunakan Go-food di Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Ghazali, M. R., & HIDAYATI, R. (2011). ANALISIS PENGARUH LOKASI, PROMOSIDAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MEMBELI (Warnet (Warung Internet) XYZ Jl. Singosari, Kota Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Handrianti, Irine. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi pada Konsumen Toko Ecayo Yamaha Musik di Bandar Lampung).
- Iswayanti, I. P., & Dwiyanto, B. M. (2010). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Kasmir (2016), Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan, Jakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service)
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2014. Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. (2016.) Manajemen Pemasaran, Jilid led 13. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusdyah, I. (2012). Persepsi Harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai, dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa Clinic Kesehatan (Studi Kasus Erha Clinic Surabaya). Jurnal Manajemen Pemasaran, 7(1), 25-32.
- Kodu, S. (2013). Harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian mobil Toyota avanza.

- Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 1(3).
- Lamain, O. M. (2021). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Online Shop Melalui Media Sosial Instagram Mahasiswa Fakultas Ekonomi & Bisnis Untag Surabaya (Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Larosa, S. R., & SUGIARTO, S. (2011). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).
- Nilawati Kusuma Wardani, Y. S. N. (2020). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Terhadap Pembuatan Suku Cadang Alat Berat di CV Anugerah Teknindo Abadi (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomi dan Bisnis).
- Oetomo, W., & Lestari, A. D. (2012). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SEDERHANA (Studi Kasus: Perumahan Graha Arya Wiraraja, Perumahan Satelit Permai, Perumahan Griya Mapan, Perumahan Batu Kencana di Kabupaten. *Extrapolasi*, 5(02).
- Sugiyono.2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,dan R&D. Bandung : Alfabeta.
- Sastrawan, I. W., Haris, I. A., & Suwena, K. R. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pemilihan lokasi usaha pedagang kaki lima di pantai Penimbangan kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 5(1).
- Wahyutama, Luthfi Trisna.(2018) . Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Merek Rown Division Di Surakarta.
- Yesi Apriyani. (2013). Pengaruh Brand Image, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pizza Hut Di Kota Padang.
- Yusup, M., & SUTOPO, S. (2011). Analisis pengaruh promosi, harga, kualitas produk dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian sepeda motor honda (studi kasus pada mahasiswa fakultas ekonomi universitas diponegoro semarang) (Doctoral dissertation, Universitas Diponegoro).