

ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKAN TERNAK

¹Fani Fidiana Putri, ²Khabib Alia Akhmad, ³Rayhan Gunaningrat

Program studi S1 Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa Surakarta Jl. Ki Mangun Sarkono No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135

*Penulis Korespondensi: fanifidiana123@gmail.com

SEJARAH ARTIKEL:

Dikirim : 27 Juni 2024

Diterima : 3 Agustus 2024

Dipublikasikan : 30 September 2024

KATA KUNCI:

Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

ABSTRAK

Pakan merupakan kebutuhan utama dalam peternakan. Dalam mendukung terciptanya peternakan yang unggul dan menguntungkan, perlu memilih produsen pakan ternak yang mampu memasok pakan ternak dengan kualitas produk yang unggul dan harga yang layak.

Teknik analisis data melalui berbagai tahapan yaitu survey, observasi dan wawancara. Hasil penelitian di Lapangan dapat disimpulkan bahwa : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak di Toko Pakan Ternak. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan Pakan Ternak. Pelayanan sangat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Pakan Ternak. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara simultan ditemukan bahwa Harga, Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak.

ABSTRACT

Feed is the main requirement in animal husbandry. In supporting the creation of superior and profitable livestock, it is necessary to choose animal feed producers who are able to supply animal feed with superior product quality and reasonable prices.

Data analysis techniques through various stages, namely surveys, observations and interviews

The results of research in the field can be concluded that: Price has a significant effect on the decision to purchase animal feed at the Animal Feed Shop. Product quality has a significant effect on the customer's decision of Animal Feed. Service has a significant influence on the decision to purchase animal feed. Based on the results of simultaneous multiple linear regression tests, it was found that price, product quality and service simultaneously influence the purchase decision of animal feed for the.

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Era sekarang semakin berkembang sangat pesat seiring dengan berkembangnya dunia yang semakin moder. Pada zaman sekarang sangat banyak perubahan dan kemajuan bisnis yang terjadi pada dunia bisnis terutama pakan ternak yang semakin diminati para peternak. Pakan ternak berfungsi untuk memelihara daya tahan tubuh ternak dan Kesehatan agar ternak tumbuh sesuai dengan yang diharapkan pemilik, jenis pakan yang diberikan pada ternak harus bernutrisi baik dan dalam jumlah cukup awal dari sejarah teknologi pakan mulai berkembang pada saat manusia melakukan penggilingan terhadap padi dan gandum sebagai bahan pokok makanan untuk manusia yang kemudian hasil yang berupa kulit padi atau kulit gandum yang dibuang secara cuma-cuma karena dianggap tidak mempunyai kegunaan yang berarti untuk manusia.

Harga adalah bagian yang melekat pada produk yang mencerminkan seberapa besar kualitas produk tersebut. Kualitas adalah seluruh ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi beberapa perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah "Apakah harga, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pembelian pakan ternak?"

Harga

Harga merupakan jumlah uang yang harus dikeluarkan untuk membeli suatu produk atau jasa (J.Stanton,1992). Harga adalah jumlah uang, produk atau jasa yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan (Kolter,2008). Tujuan Harga untuk menentukan nilai moneter dari suatu produk atau jasa. Tujuan harga adalah untuk mendapatkan keuntungan yang maksimal dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti biaya produksi, permintaan pasar dan persaingan (Kotler,2016). Harga juga memiliki manfaat dapat membantu perusahaan untuk mengelola permintaan pasar, memperbaiki kualitas produk serta menciptakan peluang bisnis baru (Kotler,2021).

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keseluruhan karakteristik produk yang mempengaruhi kemampuan produk untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan pelanggan (Feigenbaum,1961). Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen (Zeithaml,2018). Tujuan kualitas produk adalah memuaskan pelanggan melalui produk yang berkualitas dan meningkatkan keuntungan perusahaan dengan menurunkan biaya produksi (Juran,1999). Manfaat Kualitas produk adalah meningkatkan kepuasan pelanggan, meningkatkan reputasi perusahaan dan meningkatkan daya saing perusahaan (Juran,1999). Faktor kualitas produk terdiri dari kinerja produk, fitur produk, keandalan produk, kemudahan penggunaan produk dan penampilan produk (Zeithmal,2019).

faktor-faktor tersebut antara lain:

1. Manusia
2. Manajemen
3. Uang
4. Bahan baku
5. Mesin dan peralatan

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah hasil dari proses interaksi antara pelanggan dan perusahaan, dimana pelanggan memberikan umpan balik tentang pengalaman mereka dengan produk atau jasa, dan perusahaan menggunakan umpan balik tersebut untuk meningkatkan produk atau jasa perusahaan (Nicosia,1966). Keputusan pembelian adalah hasil dari interaksi antara faktor pribadi dan lingkungan yang mempengaruhi perilaku pembelian (Loudon,2018). Tipe pelanggan membantu pemasar untuk memahami preferensi dan motivasi konsumen dalam membeli produk atau jasa sehingga pelanggan dapat mengembangkan strategi pemasaran yang tepat untuk setiap tipe pelanggan (Loudon,2018)

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Berdasarkan pada tujuan dan hipotesis yang tertulis dalam penelitian ini, maka jenis penelitian ini merupakan penelitian Kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat diperoleh dengan menggunakan prosedur statistic atau cara lain dari kuantitatif (pengukuran) dengan menggunakan data Populasi dan Insidental Sempling pada toko pakan Ternak Gema Poltry Masaran dalam kurun waktu satu bulan pengamatan.

Populasi Dan Sampel

Populasi adalah seluruh individu, objek atau peristiwa yang memenuhi syarat tertentu yang ditentukan oleh peneliti (Kegley,1999). Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang pernah datang dan melakukan pembelian pakan ternak pada toko Gema Poltry Masaran.

Peneliti dapat memilih beberapa konsumen yang dianggap dapat mewakili populasi tersebut yaitu dari pelanggan tetap dari konsumen toko pakan ternak Gema Poltry Masaran yang berjumlah 100 konsumen dalam kurun waktu satu bulan pengamatan. Pengambilan sampel akan digunakan Rumus Slovin dan Morgan, 2007 yang menetapkan sebesar 50 responden. Adapun rumus pengambilan sampel menurut Slovin dan Morgan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= N/1 + N (e) \\n &= 100/1 \ 100 (0,01) \\&= 100/1 + 1 \\&= 100/2 \quad = 50\end{aligned}$$

Dimana: n = ukuran sampel
 N = ukuran populasi
 e = batas toleransi kesalahan

Sampel adalah Sebagian dari populasi yang dipilih secara acak atau sistematis untuk diobservasi dan dianalisis dalam penelitian statistic (Lemeshow,1999). Metode sampel yang digunakan yaitu purpose sampling. Purpose sampling merupakan Teknik pengambilan obyek sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan yaitu konsumen toko pakan ternak Gema Poltry berusia 15 tahun ke atas

Data Dan Sumber Data

a. Sumber Data

Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu jawaban dari responden atas kuisisioner yang telah dilakukan pada sampel penelitian.

b. Metode Pengumpulan Data

Ada beberapa cara pengumpulan data yang penulis simpulkan, yaitu:

1. Studi kepustakaan

Yaitu cara pengumpulan data skripsi dengan membaca literatur-literatur yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

2. Studi lapangan

Pengumpulan data skripsi dengan mengadakan penelitian secara langsung ketempat obyek penelitian. Adapun Teknik yang digunakan untuk pengumpulan data, yaitu:

3. Observasi

Pada oservas ini peneliti belum membawa masalah yang akan diteliti sehingga penulis melakukan penjelajahan umum dan menyeluruh, melakukan deskripsi terhadap semua yang dilihat, didengar dan dipahami.

4. Wawancara

Wawancara adalah proses pengumpulan data dengan cara tanya jawab antara peneliti dan informan dengan maksud untuk memperoleh informasi mengenai suatu hal atau fenomena (Moleong,2017). Dalam sebuah penelitian untuk mendapatkan hasil yang baik dibutuhkan pendapat dan pemikiran dari konsumen toko pakan ternak Gema Poltry Masaran.

5. Kuesioner

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dengan menggunakan Kuesioner.

Skala likert adalah metode yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomenasosial (Sugiyono,2010). Dengan isi kuisisioner terdiri dari Identitas responden meliputi Nama, Jenis Kelamin, Umur dan Pertanyaan mengenai tanggapan responden kemudian diberi skor dengan mengaku pada Skala Likert.

Teknik Analisis Data

Penelitian Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu (Sugiyono,2019).

1. Analisis Statistic Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui keberadaan nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel lain (Sugiyoni,2019)

2. Analisis Normalitas

Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan uji Kolmogorov swimov satu arah. Pengambilan kesimpulan untuk dpata menentukan apakah suatu data mengikuti distribusi normal atau tidak dengan menilai signifikannya.

3. Uji Hesteroskedasitas

Uji hesteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali,2018)

4. Uji Hipotesis dengan Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda adalah studi mengenai ketergantungan variabel dependent dengan satu atau lebih variabel independent, dengan tujuan mengestimasi dan memprediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependent berdasarkan nilai variabel independent (Sugiyono, 2016).

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana:

Y = keputusan pembelian

A = konstanta dari persamaan regresi

b₁ = koefisien regresi dari variabel X₁ (Harga)

b₂ = koefisien regresi dari variabel X₂ (Kualitas Produk)

X₁ = Harga

X₂ = kualitas produk

e = variabel pengganggu

5. Uji koefisien Determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi yaitu antara nol sampai satu. Nilai R^2 yang kecil artinya kemampuan variabel independent dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati variabel independent memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

6. Uji Statistik F

Uji statistik F ini digunakan untuk mengetahui pengaruh secara Bersama-sama oleh variabel independent terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini dengan melihat nilai F pada derajat kepercayaan konsumen 5% atau nilai yang signifikan kurang dari 0,005. Dengan kata lain menerima hipotesa alternatif yang menyatakan semua variabel independent secara serentak dan signifikan mempengaruhi variabel dependen (Ghozali,2016).

- $H_0 = 0$: bahwa variabel harga, kualitas produk tidak berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian
- $H_a \neq 0$: bahwa variabel harga, kualitas produk berpengaruh secara Bersama-sama terhadap keputusan pembelian

7. Uji Statistik t

Uji statistik t merupakan uji terhadap masing-masing variabel independent. Uji t dapat menunjukkan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji statistik t dilakukan dengan menggunakan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak / koefisien regresi tidak signifikan.

Hal tersebut menyatakan bahwa variabel independent (X) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y). jika nilai statistik yang signifikan $< 0,05$ maka hipotesis diterima / koefisien regresi signifikan. Hal tersebut menyatakan bahwa variabel independent (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Variabel	Kategori	Jumlah	Presentase (%)
Jenis Kelamin	Laki-laki	37	75,34 %
	Perempuan	13	24,66 %
Usia	15-25	10	20%
	25-35	15	30%
	35-45	17	34%
	>45	8	16%

Uji Validitas

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas

<i>Variabel</i>	Item	<i>p-value</i>	$\alpha = 0,05$	Kesimpulan
Harga	4	0,000	0,05	Valid
Kualitas Produk	4	0,000	0,05	Valid
Keputusan Pembelian	4	0,000	0,05	Valid

Uji Realibilitas

Tabel 4.3

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>cronbach's alpha</i>	$\alpha > 0,60$	Ket.
Harga	0,905	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,852	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,831	0,60	Reliabel

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	25,117	6,806		3,691	,000		
	Harga	-,159	,150	-,127	-1,060	,294	,942	1.890
	Kualitas Produk	-,265	,106	-,299	-2,501	,015	,939	1.700

Uji Normalitas

Tabel 4.5
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>		50
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	,0000000
	<i>Std. Deviation</i>	2,59960195
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	,106
	<i>Positive</i>	,061
	<i>Negative</i>	-,106
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>		,848
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		,832

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.6

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25,117	6,806		3,691	,000
	Harga	,159	,150	,127	1,060	,013
	Kualitas	,265	,106	,299	2,501	,010
	Produk					

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	928.063	3	309.354	47.038	.000 ^b
	Residual	506.406	93	5.445		
	Total	1434.469	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga Kualitas Produk

Pembahasan Hasil Penelitian

Berdasarkan pengujian hipotesis, dapat dilihat bahwa seluruh hipotesis yang diajukan dapat diterima. Dari tiga hipotesis penelitian menunjukkan semua hipotesis didukung dengan penelitian terdahulu ataupun dengan artikel.

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis uji validitas memperoleh p-value senilai 0,000 sehingga setiap item dinyatakan valid, untuk uji hasil reliabilitasnya memperoleh cronbach alpha senilai 0,805 sehingga setiap item dinyatakan reliabel. Dari hasil pengujian Hipotesis secara parsial ini menunjukkan bahwa Harga diperoleh dari nilai t hitung sebesar 1,060 dengan nilai sig $0,003 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang kedua : “Ada pengaruh yang signifikan positif Harga untuk meningkatkan Keputusan Pembelian”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Harga yang baik dapat menjadi keunggulan bersaing bagi perusahaan. Menurut (Tjiptono, 2018: 12) Harga adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten, dengan menekankan pada orientasi pemenuhan harapan pelanggan untuk memperoleh kecocokan untuk pemakaian. Harga yang baik juga harus dilaksanakan demi kelangsungan hidup suatu perusahaan, baik tidaknya Harga jasa tergantung pada kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan secara konsisten. Hargaharus menjadi fokus utama perhatian dari perusahaan sesuai dengan teorinya perilaku konsumen, dimana perilaku konsumen dapat dipengaruhi faktor eksternal seperti kualitas

Penjelasan tersebut didukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Rudi (2020), Susi (2020), Stasio (2021), dan Lie (2020) yang menyatakan bahwa Hargaberperengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis uji validitas memperoleh p-value senilai 0,000 sehingga setiap item dinyatakan valid, untuk uji hasil reliabilitasnya memperoleh cronbach alpha senilai 0,952 sehingga setiap item dinyatakan reliabel. Dari hasil pengujian Hipotesis secara parsial ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk diperoleh dari nilai t hitung sebesar 2,501 dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang ketiga : “Ada pengaruh yang signifikan positif antara Kualitas Produk untuk meningkatkan Keputusan Pembelian”, diterima atau terbukti kebenarannya.

Kualitas produk adalah penggabungan karakteristik produk yang tercipta dari sistem pemasaran, proses produksi dan pemeliharaan yang membuat suatu produk menjadi unggul yang mampu memenuhi bahkan melebihi harapan

konsumen (Wijaya, 2019:11). Banyak dari konsumen beranggapan bahwa mengetahui kualitas produk merupakan hal yang sangat penting sebelum konsumen melakukan suatu Keputusan Pembelian, setelah konsumen mengetahui kualitas dari suatu produk, konsumen akan mulai membicarakan dan tak jarang memberikan penilaian terhadap produk tersebut, kemudian terjadilah komunikasi dari mulut ke mulut atau yang biasa disebut dengan word of mouth hal ini selaras dengan teori yang digunakan yaitu perilaku konsumen dipengaruhi faktor eksternal. Kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan atau dibutuhkan. Faktor-faktor tersebut adalah sifat-sifat yang dimiliki oleh barang tersebut, seperti wujudnya, komposisinya dan kekuatan. Kualitas produk yang ditetapkan oleh perusahaan adalah suatu keadaan produk yang terbaik, berguna untuk memuaskan konsumen, karena konsumen lebih mengetahui apakah produk tersebut dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Kualitas produk yang baik dapat menyebabkan terjadinya Keputusan Pembelian oleh konsumen terhadap produk yang bersangkutan, sebaliknya apabila produk yang bersangkutan memiliki kualitas yang buruk, yang terjadi adalah tidak akan ada Keputusan Pembelian yang dilakukan oleh konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Purwaningsih (2020), Rondya (2020), Rudi (2020), Susi (2020), Stasio (2021) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai F hitung sebesar 58.414 dengan p-value sebesar $0,000 < 0,05$, maka diperoleh Harga, Kualitas Produk, berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini selaras dengan teori yang digunakan yaitu perilaku konsumen dipengaruhi faktor eksternal yaitu Harga, Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Toko pakan ternak Gema Poltry Masaran

Hal lain didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Abdul Hadi (2021) dan ni putu (2019) yang menyatakan bahwa Kualitas Produk, Harga berpengaruh signifikan untuk meningkatkan Keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak, ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Variabel Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pakan ternak di Toko Pakan Ternak.
2. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan Pakan Ternak.
3. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda secara simultan ditemukan bahwa Harga, Kualitas Produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Pakan Ternak.

REFERENSI

- Abdullah, Thamrin dan Tantri, Francis, *Manajemen Pemasaran*, RAJA GRAFINDO PERSEDA: Jakarta, 2012
- Fure, *Lokasi keberagaman produk harga & kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap minat beli pasar tradisional bersehati calaca*, EMBA: Jurnal, 2013
- Ghozali, Imam, *Aplikasi analisis multivariate dengan program spss, edisi 2*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang: 2012
- Kotler, Philip dan Kevin Keller, *Manajemen Pemasaran*, Indeks: Jakarta, 2009
- Tjiptono, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Andi: Yogyakarta, 2007
- Kotler dan Philip, *Manajemen Pemasaran, jilid 1, ed 10*, Prebalindo: Jakarta, 2007
- Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, Alfabeta: Bandung 2009
- Kotler, *Manajemen Pemasaran*, Prahalindo: Jakarta, 2001
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta: Bandung, 2012
- Tjiptono, Fandy, *Manajemen Pemasaran dan Bisnis*, Erlangga: Jakarta, 2013
- Waluyo, Handoyo Djoko, *Pengaruh inovasi produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian*, EMBA, 2014
- Rifai, Abdul. (2017). *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian*. Jurnal Manajemen Vol 3 No 4.

Putra, Made Caesar Surya Dwi. (2017). *Pengaruh harga, citra merek, inovasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian*. E Jurnal Manajemen Unud vol 6 no 3

Kotler, Philip. (2013). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 dan 2. Jakarta: Erlangga

chidah. (2016). Analisis pengaruh, harga dan desain terhadap keputusan pembelian. Jurnal Pemasaran Vol 4 No 4.