

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PANTOF SHOES

Kevin Winaga Putera

Fakultas Manajemen dan Bisnis, Universitas Ciputra  
E-mail: k\_winaga@hotmail.com

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decision in Pantof Shoes. This research type is quantitative research. Data collection method used is filling questionnaire. The subjects of this study are consumer of Pantof Shoes. The analysis is done by testing the validity and reliability test, doing the data analysis technique, then doing the hypothesis test. The result of this research is price don't have any effect to customer purchasing decision at Pantof Shoes and quality of product have significant effect to customer purchasing decision at Pantof Shoes.*

**Key Words:** *Price, Product Quality, Purchase Decision*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Pantof Shoes. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode Pengumpulan data yang digunakan adalah pengisian kuesioner. Subjek penelitian ini yaitu konsumen dari Pantof Shoes. Analisis dilakukan dengan melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, melakukan teknik analisis data, kemudian melakukan uji hipotesis. Hasil dari penelitian ini adalah harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen Pantof Shoes dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Pantof Shoes.

**Kata Kunci:** Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

### PENDAHULUAN

Pantof Shoes merupakan sebuah bisnis yang bergerak dalam bidang penjualan alas kaki. Produk utama yang menjadi fokus utama dari bisnis ini adalah *flatshoes* wanita. Keunggulan utama yang ditawarkan oleh Pantof Shoes adalah keunikan pada *customize* aksesoris ketika melakukan pembelian produk, konsumen dapat dengan leluasa memilih kombinasi model dan warna aksesoris *flatshoes* sesuai dengan keinginan konsumen itu sendiri. Sistem yang dijalankan oleh Pantof Shoes sendiri adalah bekerja-sama oleh pemasok. Pantof Shoes menyediakan *flatshoes* berdasarkan pesanan konsumen tanpa batas minimum, namun tetap menggunakan sistem *pre-order* sehingga Pantof Shoes tidak mengadakan stok barang melainkan memulai proses produksi setelah menerima pemesanan dari konsumen. Pantof Shoes memilih menggunakan media *online* sebagai media pemasaran utama, namun Pantof Shoes juga menjalin kerja sama dengan *reseller* sebagai pendukung penyebaran produk Pantof Shoes kepada masyarakat luas.

### LANDASAN TEORI

#### Harga

Kotler dan Armstrong (2012:290) harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk sebuah produk atau jasa, jumlah dari nilai-nilai bahwa terjadi pertukaran untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa. Altje.L Tumbel (2016:215) menjelaskan terdapat sejumlah indikator mengenai harga yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, kesesuaian harga dengan manfaat.

#### Kualitas Produk

Billiclinton (2015) kualitas produk adalah totalitas dari karakteristik produk yang meliputi kinerja produk, fungsi produk, kehandalan produk, dan sebagainya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen yang diharapkan. Menurut Greifie Lumintang (2015) dimensi kualitas produk dibagi menjadi 4 yaitu *durability*, *reliability*,

*aesthetic, perceived quality.*

### **Keputusan Pembelian**

Mariana (2015) keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu beberapa alternatif pilihan yang ada. Mariana (2015) indikator keputusan pembelian dapat dibagi menjadi 3 yaitu melakukan pembelian ulang, kebiasaan dalam membeli produk, kemantapan pada sebuah produk.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2015:167), 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. Sugiyono (2015:168), Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian ini menggunakan *Probabilty Sampling*, Sugiyono (2015:171) *Probabilty Sampling* adalah teknik pengambilan data yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. dan Kriteria pertimbangan yang digunakan oleh peneliti adalah konsumen yang pernah membeli produk Pantof Shoes dan sudah mengetahui informasi produk Pantof Shoes Sehingga mereka sudah memahami produk Pantof Shoes. Dari 50 orang data konsumen Pantof Shoes, diteliti dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik penentuan sampel dalam penelitian ini yaitu probability sampling dengan menggunakan rumus Slovin sehingga ditemukan sampel sebanyak 45 orang.

### **Metode Pengumpulan data**

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan survei yang berupa kuesioner. kuesioner dilakukan dengan mengajukan pertanyaan tertulis dalam suatu daftar pertanyaan kepada responden. Kuisisioner diberikan dalam bentuk pernyataan yang disertai alternatif jawaban dan responden tinggal memilih jawaban yang diinginkan. Data yang dikumpulkan adalah data mengenai harga dan kualitas produk Pantof Shoes mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Pernyataan dibuat dalam bentuk angket dengan menggunakan skala Likert, Sugiyono (2015:198). skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.. 1 – 5 yang masing-masing mewakili pendapat dari responden.

### **Metode Analisis Data**

#### **Uji Validitas**

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kemampuan indikator-indikator di dalam kuisisioner dalam mengukur konsep di masing-masing variable penelitian. Alat uji yang digunakan yaitu dengan menggunakan *Pearson Correlation*. Jika nilai *Pearson Correlation* antara masing-masing indikator pernyataan dengan skor total menghasilkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), maka indikator tersebut dinyatakan valid. Menurut Billiclinton (2015), suatu instrumen bisa dikatakan *valid* jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Pantof Shoes.

#### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas dibutuhkan untuk menunjukkan seberapa jauh pernyataan dalam kuisisioner digunakan pada kuisisioner dapat diandalkan. Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan cara *one shotmethod* atau hanya melakukan pengukuran sekali saja. Untuk mengukur reliabilitas dapat melihat cronbach alpha. Suatu

variabel dikatakan reliable jika jawaban seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Billiclinton, 2015). memiliki Cronchbach Alpha > 0,60.

### **Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi berganda digunakan mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Altje.L Tumbel (2016). Bentuk umum dari regresi linier berganda secara matematis adalah sebagai berikut.

Persamaan formulasi regresi linier berganda yang dipakai:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y= Keputusan pembelian Pantof Shoes

$b_0$ = Konstanta

$b_1$ = Koefisien regresi Harga

$b_2$ = Koefisien regresi Kualitas Produk

$X_1$ = Harga

$X_2$ = Kualitas Produk

$\epsilon$ = Residual

### **Uji F**

Menurut Lind, D et al. (2014). Uji F pada penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu apakah memungkinkan seluruh variabel bebas memiliki koefisien regresi 0. Jika nilai signifikansi <0,05 maka dinyatakan model layak atau *fit*.

### **Uji t**

Uji t adalah untuk menunjukkan seberapa besar pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variabel terikat. Jika signifikansi nilai t hitung < 0,05 maka variabel-variabel bebas berpengaruh secara parsial terhadap variabel terikat (Billiclinton, 2015).

### **Koefisien korelasi (R)**

Pengukuran R adalah untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan linear antara variabel terikat dengan semua variabel bebas secara bersama. R selalu memiliki nilai positif, angka R menunjukan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel terikat dengan seluruh variabel bebas adalah kuat atau lemah. Koefisien korelasi merupakan indeks atau angka yang digunakan untuk mengukur keeratan hubungan antara dua variabel (Altje.L Tumbel, 2016).

### **Koefisien determinasi ( $r^2$ )**

Menurut Andreas (Altje.L Tumbel 2016) Koefisien determinasi berganda  $R^2$  adalah estimasi proporsi variabel terikat keputusan pembelian konsumen (Y) yang disumbangkan oleh variabel bebas. Bila  $R^2=1$  berarti presentase sumbangan variabel bebas terhadap naik turunnya Y sebesar 100% dan tidak ada faktor lain yang mempengaruhi variabel Y, sebaliknya jika  $R^2=0$  berarti tidak dapat digunakan untuk membuat ramalan terhadap Y. Uji koefisien korelasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat.

### **Uji asumsi klasik**

#### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau biasa disebut residual memiliki distribusi normal. Jika nilai signifikansi uji *kolmogorov smirnov* > 0.05 ( $\alpha=5\%$ ), maka dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal. Kalau asumsi dilanggar maka uji statistic menjadi tidak *valid*. Ada 2

cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistic (Ghozali 2013:160).

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji *glejser*, jika nilai signifikansi setiap variabel lebih besar dari 0.05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2013:139).

## 3. Uji Multikolienaritas

Uji multikolienaritas digunakan untuk menguji apakah terdapat antar variabel bebas atau tidak pada model regresi. Multikolienaritas dianggap tidak ada masalah apabila uji VIF (*Variance inflation Factor*) nilainya kurang dari 10 (Ghozali 2013:105)

## 4. uji linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak, Apakah fungsi yang digunakan dalam suatu studi empiris sebaiknya berbentuk linear, kuadrat atau kubik. Dengan uji linearitas akan diperoleh informasi apakah model empiris sebaiknya linear, kuadrat atau kubik (Ghozali 2013:166). Melalui Uji linearitas, jika nilai signifikansi yang dihasilkan di bawah 0.05 ( $\alpha = 5\%$ ) maka dapat dikatakan bahwa variabel memiliki hubungan yang linear.

## 5. uji autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah pada model regresi linier terdapat korelasi antara kesalahan sebelumnya dengan kesalahan sekarang (Ghozali 2013:110). Uji yang harus dipenuhi dalam regresi adalah tidak terjadinya autokorelasi yang dapat menyebabkan masalah koefisien regresi pada saat uji hipotesis dilakukan. Uji yang dilakukan pada penelitian ini adalah uji *Durbin-Watson*.

# HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## Uji Validitas

Berikut adalah hasil pengujian validitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS:

Tabel 1 Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Indikator		r <i>Pearson</i>	Signifikansi
Harga (X1)	X1.1	Harga Pantof Shoes Terjangkau	0.549	0.000
	X1.2	Harga Pantof Shoes sesuai dengan kualitas produk	0.789	0.000
	X1.3	Harga Pantof Shoes dapat bersaing dengan kompetitor	0.774	0.000
	X1.4	Harga yang diberikan Pantof Shoes sudah sesuai dengan kegunaan produk	0.640	0.000
Kualitas Produk (X2)	X2.1	Sepatu yang disediakan perusahaan tidak mudah rusak	0.750	0.000
	X2.2	Fungsi yang dimiliki sepatu tidak mengalami kerusakan	0.838	0.000
	X2.3	Sepatu yang digunakan tidak berubah warna setelah dicuci	0.745	0.000
	X2.4	Aksesoris yang disediakan perusahaan tidak mudah rusak	0.819	0.000
Keputusan	Y1.1	Saya akan melakukan pembelian ulang	0.818	0.000

Variabel	Indikator		r Pearson	Signifikansi
Pembelian(Y)		produk Pantof Shoes		
	Y1.2	Saya biasa membeli produk Pantof Shoes	0.898	0.000
	Y1.3	Saya cocok dengan produk Pantof Shoes	0.838	0.000

Sumber: Data Diolah (2017)

Berdasarkan hasil uji validitas pada Tabel 1, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi *r Pearson* yang dihasilkan masing-masing indikator lebih kecil dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ). Hasil ini memberikan kesimpulan bahwa setiap indikator pernyataan yang mengukur variabel Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dalam penelitian ini dapat dinyatakan valid.

### Uji Reliabilitas

Berikut adalah hasil pengujian reliabilitas dengan menggunakan proram SPSS:

Tabel 2

Variabel	Indikator		Cronbach's Alpha if Indikator Deleted	Cronbach's Alpha
Harga (X1)	X1.1	Harga Pantof Shoes Terjangkau	0.691	0.628
	X1.2	Harga Pantof Shoes sesuai dengan kualitas produk	0.434	0.628
	X1.3	Harga Pantof Shoes dapat bersaing dengan kompetitor	0.451	0.628
	X1.4	Harga yang diberikan Pantof Shoes sudah sesuai dengan kegunaan produk	0.610	0.628
Kualitas Produk (X2)	X2.1	Sepatu yang disediakan perusahaan tidak mudah rusak	0.772	0.797
	X2.2	Fungsi yang dimiliki sepatu tidak mengalami kerusakan	0.709	0.797
	X2.3	Sepatu yang digunakan tidak berubah warna setelah dicuci	0.767	0.797
	X2.4	Aksesoris yang disediakan perusahaan tidak mudah rusak	0.733	0.797
Keputusan Pembelian(Y)	Y1.1	Saya akan melakukan pembelian ulang produk Pantof Shoes	0.797	0.811
	Y1.2	Saya biasa membeli produk Pantof Shoes	0.661	0.811
	Y1.3	Saya cocok dengan produk Pantof Shoes	0.749	0.811

Pada Tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa pengujian reliabilitas pada variabel Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian menghasilkan nilai *cronbach alpha* lebih dari 0.6. Hasil ini menyimpulkan bahwa variabel Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian dapat dinyatakan reliabel.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Berikut ini adalah hasil analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program SPSS:

Tabel 3 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF

	(Constant)	.697	.522		1.335	.189		
1	x1	.076	.155	.057	.490	.626	.706	1417
	x2	.765	.119	.744	6.426	.000	.706	1417

Sumber: Data Diolah (2017)

Model persamaan regresi yang dihasilkan yaitu:

$$\text{Keputusan Pembelian} = 0.697 + 0.076 X_1 + 0.765 X_2$$

Nilai koefisien regresi variabel Harga (X1) sebesar 0.076. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara Harga dan Keputusan Pembelian. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X2) sebesar 0.765. Tanda positif pada nilai koefisien regresi melambangkan hubungan yang searah antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian. Nilai koefisien regresi.

### Uji F

Berikut ini hasil uji F yang bertujuan untuk mencari tahu apakah memungkinkan seluruh variabel bebas memiliki koefisien regresi 0:

Tabel 4

Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.921	2	5.460	31.841	.000 <sup>b</sup>
	Residual	7.203	42	.171		
	Total	18.123	44			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: Data Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa uji F menghasilkan F hitung sebesar 31,841 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 yang nilainya kurang dari 0,05 ( $\alpha=5\%$ ). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa model layak atau *fit*.

### Uji t

Pengujian pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian menghasilkan t hitung sebesar 0.490 dengan nilai signifikansi sebesar 0.626 yang nilainya lebih dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Pantof Shoes.

Nilai t hitung yang dihasilkan pada pengujian pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian adalah sebesar 6.426 dengan nilai signifikansi sebesar 0.000 yang nilainya kurang dari 0.05 ( $\alpha=5\%$ ) (Billiclinton, 2015), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pantof Shoes.

### Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi

Berikut ini nilai Koefisien Korelasi dan Determinasi yang dihasilkan pada model regresi dalam penelitian ini:

Tabel 5

Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.776 <sup>a</sup>	.603	.584	.41411	1.949

Sumber: Data Diolah (2017)

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi yaitu sebesar 0.776. Nilai ini menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk memiliki hubungan yang kuat dengan Keputusan Pembelian konsumen Pantof Shoes. Nilai koefisien determinasi (R Square) yang dihasilkan sebesar 0.603, menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Produk dapat menjelaskan 60.3% variasi data Keputusan Pembelian konsumen. Dapat dinyatakan bahwa Harga dan Kualitas Produk dapat mempengaruhi 60.3% Keputusan Pembelian konsumen, sedangkan sisanya sebesar 39.7% dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain.

### Uji Normalitas

Berikut adalah hasil uji normalitas residual:

**Tabel 6**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		45
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	.40459313
	Absolute	.133
Most Extreme Differences	Positive	.089
	Negative	-.133
Kolmogorov-Smirnov Z		.895
Asymp. Sig. (2-tailed)		.400

Sumber: Data Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 6 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi uji *kolmogorov smirnov* yang dihasilkan sebesar 0.400 (lebih besar dari 0.05), sehingga dapat disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

### Uji Heterokedastisitas

Berikut adalah hasil uji Glejser:

**Tabel 7**  
**Uji Glejser**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
	B	Std. Error	Beta			Tolerance
(Constant)	.458	.345		1.329	.191	
1 x1	-.055	.102	-.099	-.540	.592	.706
x2	.015	.079	.036	.195	.846	.706

Sumber: Data Diolah (2017)

Berdasarkan Tabel 7 dapat diketahui bahwa nilai signifikansi yang dihasilkan adalah sebesar 0.592 untuk variabel Harga dan 0.846 untuk variabel Kualitas Produk. Kedua nilai signifikansi ini nilainya lebih besar dari 0.05, sehingga disimpulkan bahwa dalam model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas

### Uji Multikolinearitas

Multikolinieritas dianggap tidak ada masalah apabila uji VIF (*Variance inflation Factor*) nilainya kurang dari 10 (Ghozali 2013:160). Nilai VIF kedua variabel bebas sebesar

1.417, dimana nilai tersebut kurang dari 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi bebas.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Pantof Shoes diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pantof Shoes (Y).
2. Kualitas Produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen Pantof Shoes (Y).

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan sehingga saran yang dapat ditulis adalah:

1. Saran kepada peneliti
  - a. Peneliti harus lebih memperhatikan harga, dikarenakan harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, meskipun harga dari Pantof Shoes mengalami kenaikan atau penurunan, konsumen tetap akan membeli jika kualitas produk yang diberikan sudah sesuai.
  - b. Melakukan perbaikan pada kualitas produk yang diberikan Pantof Shoes, agar sesuai dengan harga yang diberikan oleh Pantof Shoes, sehingga konsumen merasa puas ketika membeli produk dari Pantof Shoes.
2. Bagi peneliti selanjutnya, dikarenakan keterbatasan penelitian sebaiknya peneliti selanjutnya melakukan penambahan variabel yang diteliti. Seperti variabel promosi, tempat, agar peneliti dapat mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alfred, O. (2013). *European Journal Of Business And Management: Influences Of Price And Quality On Consumer Purchase Of Mobile Phone In The Kumasi Metropolis In Ghana A Comparative Study*, Vol. 5 No. 1, pp. 179-199
- Defriansyah, D., Daud, I, dan Nailis, W. (2016). *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis Dan Terapan: Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung*, Vol. 8 No. 2, pp. 89-102
- Fure, F., Lopian, J. dan Taroreh, R. (2015). *Jurnal Emba: Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Jco Manado*, Vol. 3 No. 1, pp. 367-377
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kalele, B., Oroh, S. G, dan Sumarauw, J. (2015) *Jurnal Emba: Pengaruh World Of Mouth, Daya Tarik Iklan, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Motor Suzuki Satria Fu Pada Pt. Sinar Galesong Mandiri*, Vol. 3 No. 3, pp. 451-462



- Kotler, P, dan Armstrong, G. (2012). *Principles Of Marketing*. New Jersey: Pearson Prentice Hall
- Lind, D. A., Marchal, W. G., & Wathen, S. A. (2014). *Teknik-Teknik Statistika dalam Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Salemba Empat
- Lumintang, G. dan Jopie, R. (2015). Jurnal Emba: *Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Holland Bakery Boulevard Manado*, Vol 3 No.1, pp. 1291-1302
- Ma'ruf, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Yamaha Motor Matic Di Purwodadi*. Surakarta: Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
- Mariana. (2015). Ejournal Ilmu Administrasi Bisnis: *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Industri Ukm Amplang Ud. Sinar Rejeki*, Vol. 3 No. 2, pp.388-402
- Murwatiningsih, Apriliani, E.P. (2013). Jurnal Dinamika Manajemen: *Pengaruh Risiko Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Konsumen*, Vol. 4 No.2, pp. 184-191
- Purwati, Setiawan, H, dan Rohmawati. (2012). *Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akutansi: Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat*, Vol. 2 No. 3, pp.260-277