

# ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI PADA KONSUMEN WARUNG PECEL BLEDEX & GLUDUX BU TUTIK KOTA MALANG)

## ABSTRACT

*The purposed of this research are to analyze the effect of product quality, price, and brand on purchasing decisions to consumers of Warung Pecel Bledex and Gludux Bu Tutik in Malang City. The sample of this study is 100 respondents. This non probability sampling uses a quantitative approach because its initial objective is to explain the influence of the variables being studied and to explain the dominant influence of product quality, price, and brand on purchasing decisions as well as to test, and the hypotheses. The data was analyzed analysis using classical assumption tests hypothesis was tested using multiple linear regression analysis, processed in SPSS 20.0 for Windows. Based on the results of research and discussion, it is concluded that 1) Product quality has a positive effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.002 < 0.05$ . 2) Price has a significant effect on purchasing decisions with a significant value of  $0.000 < 0.05$ . 3) Brand has a significant effect on purchasing decisions with a significance value of  $0.002 < 0.05$ . The influence of the three independent variables on purchasing decisions is 63% while the remaining 47% was influenced by other variables that not examined in this study.*

*Keywords: Product Quality, Price, Brand, Purchasing Decisions*

## ABSTRAK

Penulisan penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga dan merek terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 100 responden. Penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling* dengan pendekatan kuantitatif karena dilatar belakangi oleh tujuan awal penelitian yaitu menjelaskan pengaruh yang dominan antara variabel kualitas produk, harga, dan merek, kemudian menguji hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Analisis data dilakukan dengan menguji uji asumsi klasik dan pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linier berganda yang diolah menggunakan program *SPSS 20.0 for Windows*. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka disimpulkan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . 2) Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikasni  $0,000 < 0,05$ . 3) Merek berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Besarnya koefisien determinasi *adjusted* ( $R^2$ ) ketiga variabel independen tersebut terhadap keputusan pembelian konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang adalah sebesar 63% sedangkan 47% variabel keputusan pembelian akan dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

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

## PENDAHULUAN

Kepuasan konsumen telah banyak menjadi topik penelitian. Hal ini disebabkan karena adanya keterkaitan antara konsep ini dengan konsep perilaku konsumen lainnya seperti hubungan antara kepuasan konsumen dengan kesetiaan. Kesetiaan menjadi tujuan akhir perusahaan karena adanya keyakinan bahwa mempertahankan konsumen yang ada

lima kali lebih mudah daripada mendapatkan konsumen baru.

Di era persaingan yang semakin ketat ini, salah satu cara untuk mendapatkan konsumen yang loyal adalah dengan memuaskan kebutuhan konsumen secara konsisten dari waktu ke waktu. Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Seringkali perusahaan berlomba-lomba menyediakan produk dengan

harga yang murah dengan anggapan konsumen hanya mempertimbangkan harga dalam keputusan pembelian. Anggapan ini tidak sepenuhnya benar.

Seiring dengan perkembangan jaman yang semakin maju, kebutuhan konsumen akan makanan dan minuman semakin kompleks dan berkembang. Penilaian konsumen terhadap produk juga mulai bervariasi. Konsumen juga lebih selektif dalam pemilihan produk bukan hanya berdasarkan dari harga, tetapi konsumen juga mulai melirik penampilan, rasa dan juga manfaat dari produk tersebut. Salah satu usaha yang cukup menjanjikan adalah usaha dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warteg, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan cafe; sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Bisnis kuliner di kota Malang mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, dimulai dari rumah makan sampai restoran. Banyak kuliner mulai dari makanan ringan yang diminati oleh kalangan mahasiswa, anak-anak dan masyarakat pada umumnya dari makanan ringan, berbagai jenis minuman sampai makanan berat. Dari semua bisnis kuliner yang dibuka di kota Malang, tentunya banyak yang mengalami pasang surut sehingga tidak ada satu tahun bisnis mereka sudah gulung tikar.

Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang adalah warung nasi pecel yang cukup ternama untuk usaha kuliner, khususnya pada usaha yang menyajikan bahan dasar sayuran dengan bumbu kacang yang sangat lezat dan khas dengan resep rahasia Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang tersebut cukup terkenal di masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa dan karyawan karna bumbu pecel bledex yang artinya bumbu pecel tidak pedas dan bumbu pecel gludux artinya bumbu pecel pedas, konsumen pun dapat memesan bumbu sesuai keinginan konsumen tersebut, misalnya ingin dicampur antara bumbu pecel bledex dan gludux sehingga menghasilkan bumbu pecel yang tidak terlalu pedas.

Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang mengandalkan pelayanan yang baik dan kualitas produksi yang baik yaitu dengan menawarkan produk yang berkualitas dan rasanya yang menyesuaikan dengan kualitasnya. Sasaran pembeli Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memiliki pembeli yang berasal dari semua kalangan terutama pekerja kantoran dan mahasiswa dikarenakan letak warung yang berada ditengah kota, dimana mayoritas wilayah pekerja kantoran dan mahasiswa. Pecel khas dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang menjadi peluang usaha yang dianggap menjanjikan dikarenakan kota Malang sendiri merupakan kota yang dipadati oleh pelajar dari kota lain atau pelajar rantau yang setiap harinya memenuhi kebutuhan makan mereka dengan murah yang pastinya enak, murah dan sehat pilihan menu pecel khas dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang menjadi pilihan favorit sarapan mereka.

Pada tahun 2008 Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang berdiri. Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik di Jl. Tawangmangu Kav 15-16, Lowokwaru Kota Malang, awal terobosan baru yaitu sebuah rumah makan nasi pecel bledex & gludux yang murah, dengan rasa yang tidak kalah enak dengan nasi pecel yang dijual mahal. Perkembangan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik masih belum diiringi dengan sistem manajemen yang baik. Berdasarkan hasil survei di Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik menunjukkan bahwa terdapat beberapa masalah mengenai kualitas produk, harga dan merek.

Saat ini dengan adanya wabah Covid-19, banyak sekali pelaku bisnis yang terdampak. Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang juga mendapatkan dampak dari adanya wabah Covid-19 ini. Banyaknya pesaing dalam lini bisnis yang sama, serta perilaku konsumen yang berubah setelah adanya wabah Covid-19 membuat Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang perlu untuk melakukan perbaikan kedepannya. Perbaikan ini berguna untuk memperbaiki kekurangan serta menambah minat beli dari konsumen

terhadap Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang saat ini memerlukan kualitas produk yang bersih serta terjaga ke higienisannya. Beberapa konsumen memilih untuk memasak makanan sendiri dikarenakan takut akan tertular virus Covid-19 di tempat makan atau rumah makan. Hal ini tentu perlu dijadikan salah satu perbaikan oleh pihak Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Selain kualitas produk, beberapa konsumen dalam wawancara di Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang mengeluhkan harga yang diterapkan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Dari hasil wawancara peneliti dengan konsumen, beberapa juga mengeluhkan harga yang terlalu mahal. Sebagian besar masyarakat di Kota Malang saat ini sedang terdampak Covid-19 sehingga pendapatan yang didapatkan juga sudah tidak sebesar atau semaksimal sebelum adanya wabah Covid-19 ini. Beberapa konsumen yang sudah beberapa kali membeli produk makanan atau minuman Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang juga menginginkan harga diturunkan sedikit setelah beberapa kali melakukan pembelian, yang mana diskon ini belum diberikan oleh Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang kepada konsumen.

Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang saat ini perlu untuk menganalisis apa saja yang dibutuhkan konsumen untuk memilih Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sebagai tempat makan yang dituju di antara banyaknya pesaing. Kualitas produk, harga dan Merek merupakan beberapa faktor konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dalam memilih tempat makan yang dituju di Kota Malang. Pada penelitian ini, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang)*".

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini dilakukan di Kota Malang, dimana populasi yang digunakan adalah konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel *non probability sampling*. Penelitian ini menggunakan 100 responden.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari jawaban responden melalui kuesioner yang disebar pada setiap konsumen produk Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang yang datang untuk membeli. Sedangkan wawancara dimaksudkan untuk menggali informasi tambahan yang diperoleh dari responden maupun pihak lain yang terkait dengan penelitian ini. Data sekunder diperoleh dari studi kepustakaan yang bersumber dari literatur-literatur seperti buku, jurnal, maupun karangan ilmiah, serta *browsing* internet.

Dalam penelitian ini, untuk mengukur keputusan pembelian maka digunakan skala *Likert*. Skala *likert* adalah skala pengukuran dengan lima kategori respon yang berkisar antara "sangat setuju" hingga "sangat tidak setuju" yang mengharuskan responden menentukan derajat persetujuan atau ketidaksetujuan mereka terhadap masing-masing dari serangkaian pernyataan mengenai obyek stimulus. Peneliti menggunakan 5 kategori dalam skala ini, yaitu: 1 untuk "sangat tidak setuju", 2 untuk "tidak setuju", 3 untuk "kurang setuju", 4 untuk "setuju", dan 5 untuk "sangat setuju". (Malhotra, 2010 : 29).

Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga, dan merek. Sedangkan variabel terikat yang digunakan yaitu keputusan pembelian.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini analisis regresi. Peneliti menggunakan metode analisis linear berganda dengan menggunakan alat bantu *excel* lalu diolah menggunakan program *software* aplikasi statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) versi 20.

Adapun persamaan regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

Di mana :

- Y = Keputusan Pembelian
- b = Koefisien Regresi
- X<sub>1</sub> = Kualitas Produk
- X<sub>2</sub> = Harga
- X<sub>3</sub> = Merek

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN Gambaran Umum Obyek Penelitian

Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang merupakan warung rumah makan di kota Malang. Perusahaan ini merupakan usaha milik perorangan yang bergerak dibidang kuliner. Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik terletak di Jalan Tawangmangu Kav 15-16, Lowokwaru Kota Malang. Sasaran pembeli Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik memiliki pembeli yang berasal dari semua kalangan terutama pekerja kantoran dan mahasiswa dikarenakan letak warung yang berada ditengah kota, dimana mayoritas wilayah pekerja kantoran dan mahasiswa. Manajemen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang, dipegang oleh Bu Tutik secara pribadi baik secara keuangan dan pemasarannya.

Pada tahun 2008 warung ini terletak di jalan lembang tetapi saat tahun 2010 menetap pada lokasi yang saat ini. Berdiri pada 2008 dan dikelola sendiri awal berdiri tidak memiliki pegawai dan dijalankan bersama anggota keluarga inti. Berbeda dengan saat ini yang memiliki 4 orang karyawan sebagai bagian masak, melayani pesanan, pembuatan minuman dan bersih- bersih. Tetapi, karena adanya Covid-19 saat ini Bu Tutik memutuskan untuk memperkerjakan 2 orang karyawan saja 1 orang pada bagian dapur untuk membantu memasak dan 1 orang pembuatan minum.

Usaha rumahan yang dijalani Bu Tutik berjalan sekitar 2 tahun dengan nama Warung Bu Tutik sebelum mereka memutuskan untuk menambahkan dengan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik. Harga makanan dan minuman yang dijual di Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang cukup bervariasi mulai dari Rp 1000 hingga Rp 28.000 untuk makanan dan harga minuman mulai dari Rp 3000 hingga 5000. Sehingga

memilih pindah lokasi dengan alamat saat ini dan membeli ruko untuk berjualan saat ini.

Perkembangan usaha yang cukup baik ini tidak begitu saja didapat oleh beliau sebab banyak rintangan dan hambatan yang harus dilaluinya. Selain itu, Bu Tutik mempunyai komitmen yang keras dalam menjalankan usaha, beliau berorientasi kepada kepuasan pelanggan. Sehingga kualitas produk, harga dan merek yang sudah dibangun benar-benar diutamakan, dijaga dan selalu ditingkatkan kearah yang lebih baik.

## Karakteristik Responden

### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Hasil tabulasi yang didapatkan dari responden berdasarkan umur dijelaskan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1 Hasil Tabulasi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

| No | Umur          | Jumlah (n) | Presentase (%) |
|----|---------------|------------|----------------|
| 1  | ≤ 20 Tahun    | 12         | 12             |
| 2  | 21 – 30 Tahun | 55         | 55             |
| 3  | ≥ 30 Tahun    | 33         | 33             |
|    | Total         | 100        | 100            |

Sumber: Data Primer Peneliti Diolah, 2020

Tabel 1 menunjukkan bahwa dari 100 responden yang menjadi sampel penelitian ini jumlah responden yang dapat dilihat dari umur dengan presentase paling besar yaitu rentang umur 21 - 30 tahun sebesar 55%. Kemudian umur responden kurang dari 20 tahun sebanyak 12 responden atau 12%. Sedangkan pada rentang umur lebih dari 30 tahun sebanyak 33 responden atau 33%. Hal tersebut terjadi karena kebanyakan konsumen pada warung pecel ini adalah mahasiswa ataupun orang dewasa yang pastinya rata-rata memiliki pendapatan dan uang saku tersendiri untuk biaya makan.

### 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Warung merupakan sebuah tempat atau lokasi dimana didalamnya menyediakan

makanan dan minuman yang akan disajikan pada konsumen yang datang pada warung tersebut. Konsumen yang datang pastinya bervariasi jenis kelaminnya. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin

| No | Jenis Kelamin | Jumlah (n) | Presentase (%) |
|----|---------------|------------|----------------|
| 1  | Laki- laki    | 54         | 54             |
| 2  | Perempuan     | 46         | 46             |
|    | Total         | 100        | 100            |

Sumber: Data Primer Peneliti Diolah, 2020

Tabel 2 menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini pengunjung terbanyak adalah laki- laki sebanyak 54 responden atau 54%, sedangkan untuk presentase pengunjung perempuan sebanyak 46% atau 46 responden. Hal tersebut dikarenakan laki- laki lebih sering membeli makan di warung atau luar dibandingkan makan dirumah, berbanding terbalik tapi tidak jauh berbeda dengan perempuan yang lebih sering menyempatkan waktu untuk masak sendiri ataupun makan masak rumah. Sehingga konsumen yang membeli dan mengkonsumsi pecel di warung pecel Bledex & Gluduk Kota Malang kebanyakan laki-laki.

### 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan seringkali menjadi titik hidup keuangan yang sangat berpengaruh dalam seseorang mengambil keputusan pembelian pada produk. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan dijabarkan pada tabel 3 berikut ini:

Tabel 1 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan  | Jumlah (n) | Presentase (%) |
|----|------------|------------|----------------|
| 1  | Mahasiswa  | 33         | 33             |
| 2  | Pelajar    | 5          | 5              |
| 3  | Wiraswasta | 40         | 40             |
| 4  | PNS        | 12         | 12             |
| 5  | Lain- lain | 10         | 10             |
|    | Total      | 100        | 100            |

Sumber: Data Primer Peneliti Diolah, 2020

Tabel 3 menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian responden adalah mahasiswa yaitu sebanyak 33 responden atau 33%. Kemudian responden yang bekerja sebagai Wiraswasta yaitu sebanyak 40 responden atau 40% paling banyak. Responden status pelajar merupakan responden terendah yaitu sebanyak 5 responden atau 5%, bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 12 responden atau 12%. Sedangkan, lain- lain yaitu termasuk buruh maupun pekerja informal lainnya sebanyak 10 responden atau 10%.

### 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan merupakan peran penting dimana seseorang dapat memenuhi kebutuhannya maupun membeli apa yang diinginkan sehingga hal ini memiliki hubungan dengan keputusan pembelian yang dilakukan. Responden berdasarkan pendapatan bulanan disajikan dalam tabel 4 sebagai berikut:

Tabel 4 Karakteristik Responden berdasarkan Pendapatan

| No | Pekerjaan                  | Jumlah (n) | Presentase (%) |
|----|----------------------------|------------|----------------|
| 1  | < Rp 500.000               | 5          | 5              |
| 2  | Rp 500.000 – Rp 1.000.000  | 33         | 33             |
| 3  | Rp 1.000.000- Rp 5.000.000 | 39         | 39             |
| 4  | >Rp 5.000.000              | 23         | 23             |
|    | Total                      | 100        | 100            |

Sumber: Data Primer Peneliti Diolah, 2020

Tabel 4 menunjukkan bahwa hasil penelitian yang dilakukan pada 100 responden yang dijadikan sampel pada penelitian ini, 5 responden memiliki pendapatan kurang dari Rp 500.000. sedangkan hasil lain didapatkan dari 33 responden memiliki pendapatan Rp 500.000 - Rp 1.000.000, 39 responden memiliki pendapatan Rp 1.000.000 - Rp 5.000.000, dan 23 responden memiliki pendapatan lebih dari Rp 5.000.000. Hal ini dihubungkan dengan pembeli pecel di warung pecel ini kebanyakan mahasiswa ataupun pekerja formal yang memiliki jatah uang saku

bulanan maupun penghasilan bulanan sebesar Rp 1.000.000 sampai Rp 5.000.000.

## **Distribusi Jawaban**

### **1. Kualitas Produk (X1)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa empat jawaban yang memiliki jumlah persentase yang berbeda-beda yaitu rata-rata 4,51 memiliki makna bahwa jawaban konsumen terhadap pernyataan kualitas produk setuju pada beberapa item pertanyaan yang diajukan. Berdasarkan hasil jawaban responden 42% menjawab sangat setuju, 30% setuju, 16% kurang setuju, 15% tidak setuju dan 3% sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sangat setuju dan sadar atas pemilihan bahan baku produk yang digunakan memiliki kualitas yang baik.

Item pernyataan dari variabel kualitas produk dengan rata-rata terendah didapati pada variabel  $X_{1,3}$  yang menyatakan bahwa "Produk Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik memiliki banyak varian menu" dengan rata-rata sebesar 4,05 dari 100 responden. Pada jawaban hasil responden dengan detail menyatakan bahwa responden 43% setuju, presentase jawaban sama didapati pada sangat setuju dan kurang setuju 19%, tidak setuju 17% dan sangat tidak setuju 2%. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki perhatian lebih terhadap varian menu yang ditawarkan untuk kenyamanan konsumen dalam memilih produk yang sesuai selain pecel.

### **2. Harga (X2)**

Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa variasi jawaban dari 100 responden diketahui bahwa didapati rata-rata dari seluruh item dalam variabel harga sebesar 4,37. Rata-rata tertinggi didapati pada item  $X_{2,4}$  ini memiliki rata-rata jawaban dari 100 responden sebesar 4,6. Diketahui bahwa jawaban dari responden sebelumnya mengatakan 39% setuju, mengatakan sangat setuju 32% sedangkan sisanya 1%, 10% dan 18% mengatakan sangat tidak setuju, tidak setuju dan kadang-kadang. Hasil ini didapati dari item yang menyatakan bahwa "Harga produk Warung Pecel Bledex &

Gludux Bu Tutik Kota Malang sesuai dengan porsi yang didapatkan konsumen". Hal ini dapat diketahui bahwa konsumen setuju dengan harga yang ditentukan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang untuk produk yang dijual. Sehingga harga tersebut dirasa sesuai dengan pendapatan yang didapatkan konsumen untuk biaya makan.

Item variabel yang menunjukkan rata-rata terkecil adalah  $X_{2,2}$  yang menyatakan bahwa "Harga produk Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik lebih murah dibandingkan pesaing", pada item ini didapati rata-rata sebesar 4,22 dengan responden menyatakan 41% setuju, jawaban sama didapati pada jawaban kurang setuju dan sangat setuju 24%, 1% sangat tidak setuju dan 10% tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa di Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang terkait persaingan harga dengan pesaing juga mengikuti perkembangan dimana ada responden yang setuju dan tidak setuju.

### **3. Merek (X3)**

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa dari ketiga item dalam variabel harga memiliki tanggapan yang berbeda-beda dari responden dengan pilihan empat (empat) jawaban. Dimana rata-rata dari keseluruhan jawaban didapati rata-rata sebesar 4,21 dari 100 responden. Item yang memperoleh persepsi tertinggi dari konsumen terkait merek terlihat pada item  $X_{3,2}$  sebesar 4,33 yang menyatakan bahwa "Merek pecel Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang rasanya terjamin dan tidak mengecewakan". Hal ini menunjukkan bahwa banyak konsumen yang memilih setuju sebanyak 47%, setuju 23% sedangkan konsumen yang memilih sangat tidak setuju 2%, tidak setuju 10% dan 19%. Artinya bahwa tanggapan konsumen menunjukkan kepuasan maupun manfaat yang dirasakan konsumen dalam menikmati produk Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang.

### **4. Keputusan Pembeli (Y)**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) yang didapatkan dari 100 responden memiliki rata-rata sebesar 4,36. Untuk item pada variabel

keputusan pembelian dengan jawaban pada item terbesar pada item  $Y_{1.2}$  dimana dengan rincian menyatakan setuju 38%, sangat setuju 36%, kurang setuju 16%, tidak setuju 9% dan sangat tidak setuju 1% dengan nilai rata-rata 4,77 yang berarti responden setuju. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen mengetahui Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang dalam kesehariannya. Jadi, konsumen bukan sekedar mengenal tetapi juga sudah menjadi pelanggan tetap, sehingga sudah menjadi bagian dalam kehidupan konsumen.

Selanjutnya item variabel dengan rata-rata terendah ditunjukkan pada pernyataan “Konsumen memiliki keinginan untuk membeli ulang dengan membungkus dibawa pulang produk Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang” dalam  $Y_{1.1}$  dengan rata-rata 4,16. Jawaban responden dengan menyatakan setuju 48%, sangat setuju 18%, kurang setuju 17% dan sisanya sangat tidak setuju 4%, tidak setuju 13%. Hal ini memberikan gambaran bahwa pembelian ulang pada konsumen terkait adanya pembelian bungkus saat sudah melakukan makan ditempat mendapati respon yang cukup banyak, hal ini merupakan penentu yang kuat dari niat untuk membeli berulang terhadap produk di Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang.

Sedangkan, item dengan rata-rata persepsi terendah didapati pada  $X_{3.1}$  yang menyatakan “Merek pecel Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik memiliki ciri khas”, pada item ini memiliki rata-rata sebesar 3,98 dengan rincian 37% setuju, 2% sangat tidak setuju, 16% tidak setuju, 23% kurang setuju dan 22% sangat setuju yang berarti responden ataupun konsumen dalam penelitian ini masuk dalam kategori setuju. Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memiliki ciri khas tersendiri bagi penikmatnya sehingga dengan merek Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memiliki kekuatan lebih yang dapat diandalkan untuk perkembangan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang, yang mengakibatkan keputusan pembelian meningkat.

## Hasil Pengujian Instrumen Penelitian

### 1. Hasil Uji Validitas

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Merek ( $X_3$ ) serta keputusan pembelian konsumen ( $Y$ ) memiliki koefisien korelasi 0,801 dan signifikansi probabilitas kurang dari 0,05. Sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh item variabel yang ada pada instrumen dalam penelitian ini valid.

### 2. Hasil Uji Reliabilitas

Perhitungan validitas item variabel masing-masing pada penelitian yang dilakukan menggunakan *program SPSS 20.0 for windows*. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa hasil perhitungan dari masing-masing variabel Kualitas produk ( $X_1$ ), Harga ( $X_2$ ) dan Merek ( $X_3$ ) serta keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki koefisien keandalan (reliabilitas) ( $\alpha$ ) > 60% (0,60) Sehingga dapat dikatakan bahwa dari seluruh item variabel yang ada pada instrumen dalam penelitian ini reliabel.

## Uji asumsi Klasik

### 1. Hasil Uji Asumsi Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang telah dilakukan pada model regresi berdistribusi normal atau tidak normal.

Berdasarkan uji grafik histogram didapatkan bahwa frekuensi residual paling banyak mengumpul pada nilai 0 atau nilai penyebaran data sudah sesuai dengan kurva normal sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

Berdasarkan uji *Normal Probability Plot* didapatkan bahwa titik-titik data sudah menyebar mengikuti garis diagonal, sehingga dikatakan bahwa residual sudah menyebar secara distribusi normal.

## 2. Hasil Pengujian Non Multikolinearitas

Uji non multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen atau tidak (Ghozali, 2018). Cara yang dapat digunakan untuk mengetahui adanya multikolinearitas adalah dengan cara menggunakan uji *Variance Inflation Factor* (VIF) (Ghozali, 2018:107). Apabila uji dilakukan dengan bantuan SPSS, maka tidak adanya multikolinearitas dapat diketahui apabila nilai VIF < 10 dan nilai Tolerance  $\geq$  0,1.

## 3. Hasil Uji Non Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi pada variabel kualitas produk, harga dan merek Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas atau dengan kata lain asumsi non-heteroskedastisitas telah terpenuhi.

## Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah analisis regresi yang menjelaskan hubungan antara variabel dependen dengan faktor-faktor yang mempengaruhi lebih dari satu variabel independen. Penggunaan metode ini mempunyai tujuan untuk mengukur adanya lebih dari 3 variabel bebas terhadap 1 variabel terikat, yang dimana variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk, harga dan merek serta variabel terikat pada penelitian ini yaitu keputusan pembelian.

Dari hasil analisis regresi berganda, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,230 X_1 + 0,421 X_2 + 0,282 X_3$$

## Hasil Pengujian Hipotesis

### 1. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Dalam penelitian ini koefisien determinasi menggunakan nilai *adjusted R<sup>2</sup>*

Tabel 5 Hasil Uji  $R^2$

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|----------|-------------------|
| 1     | .801 <sup>a</sup> | .641     | .630              |

Sumber : Data sekunder peneliti, 2020

Dari hasil uji  $R^2$ , diperoleh nilai *adjusted R<sup>2</sup>* sebesar 0,630 atau 63%. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat dijelaskan sebesar 63% oleh variabel independen yaitu kualitas produk, harga dan merek. Sedangkan 47% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh variabel-variabel diluar variabel independen penelitian ini.

### 2. Uji Ketepatan Model (*Goodness of Fit Test*)

Pengujian kesesuaian model dievaluasi melalui telaah terhadap berbagai kriteria *goodness of fit*. Uji ketepatan perkiraan model (*goodness of fit*) dilakukan untuk melihat kesesuaian model atau seberapa besar kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat.  $H_1$  diterima.

Hasil dari seluruh variabel berdasarkan hipotesis yang ditentukan peneliti menunjukkan signifikan dimana  $H_1$ ,  $H_2$  dan  $H_3$  diterima

- $H_1$  : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik
- $H_2$  : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Harga ( $X_2$ ), terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik.
- $H_3$  : Diduga terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Merek ( $X_3$ ), terhadap keputusan pembelian (Y) pada konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik.



### 3. Uji Parsial (Uji t)

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas yaitu kualitas Produk, harga dan merek secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian diperoleh sebagai berikut:

- t test antara  $X_1$  (Kualitas Produk) dengan Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan t hitung = 3,211. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; db residual = 96) adalah sebesar 1,985. Karena t hitung > t tabel yaitu  $2,567 > 1,983$  atau nilai sig t ( $0,002 < \alpha = 0.05$ ) maka pengaruh  $X_1$  (Kualitas Produk) terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai positif tersebut menunjukkan dengan meningkatkan kualitas produk yang semakin baik maka akan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang.
- t test antara  $X_2$  (Harga) dengan Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan t hitung = 4,873. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; db residual = 96) adalah sebesar 1,983. Karena t hitung > t tabel yaitu  $4,873 > 1,983$  atau nilai sig t ( $0,000 < \alpha = 0.05$ ) maka pengaruh  $X_2$  (Harga) terhadap Y (Keputusan Pembelian) adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi secara signifikan oleh Harga, sehingga dengan harga yang semakin kompetitif maka akan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang.
- t test antara  $X_3$  (Merek) dengan Y (Keputusan Pembelian) menunjukkan t hitung = 3,264. Sedangkan t tabel ( $\alpha = 0.05$  ; db residual = 96) adalah sebesar 1,983. Karena t hitung > t tabel yaitu  $3,264 > 1,983$  atau nilai sig t ( $0,002 < \alpha = 0.05$ ) maka pengaruh  $X_3$  (Merek) terhadap Keputusan Pembelian adalah signifikan pada alpha 5%. Hal ini berarti  $H_0$  ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa Keputusan Pembelian dapat dipengaruhi

secara signifikan oleh Merek, sehingga dengan semakin baiknya merek dikenal maka akan semakin meningkat keputusan pembelian konsumen pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang.

### Pembahasan Hasil Penelitian

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dilakukan dan menghasilkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dapat diterima. Makna signifikan ini adalah kualitas produk pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang akan meningkat, hasil tersebut menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk menunjukkan respon yang baik.

Kualitas produk yang dilihat dari indikator porsinya pas, kualitas rasa yang unggul dan kebersihan terjamin sesuai dengan harapan konsumen, karena salah satunya rasa pecelnya yang menggugah selera konsumen. Apabila kualitas produk dari warung-warung pecel dapat memuaskan keinginan konsumen maka konsumen akan memberikan penilaian yang baik terhadap produk tersebut.

Penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler dan Amstrong (2010:27) yang menyatakan kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi kehandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi, dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainnya. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

#### 2. Pengaruh Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang. Harga yang dilihat dari indikator penetapan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan kuantitas serta harga

dibandingkan dengan pesaing. Hal ini menunjukkan bahwa harga yang ditetapkan terjangkau dan sesuai dengan konsumen dibandingkan dengan pesaing lainnya.

Sebagai contoh berdasarkan pernyataan item variabel bahwa harga yang ditawarkan sesuai dengan porsi yang didapatkan dan terjangkau, hal ini berarti bahwa Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memenuhi target pasarnya yang tertuju pada semua kalangan masyarakat yang menjadi penikmat produknya. Dengan bersaingnya harga serta cita rasa yang disajikan dengan harga tersebut juga menjadi pendorong minat konsumen untuk keputusan pembelian.

### **3. Pengaruh Merek (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

Berdasarkan hasil analisis data dapat diketahui bahwa merek secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada variabel merek yang dilihat dari indikator atribut produk, keuntungan konsumen dan kepribadian merek. Merek Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memberikan pengenalan konsumen terhadap rasa dan produk yang dijual sehingga mudah diingat berdasarkan produknya yang terjamin dan tidak mengecewakan.

Berdasarkan analisis juga didapatkan bahwa Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang memiliki ciri khas produk yang mudah diingat konsumen dan sudah dikenal banyak orang. Kualitas sebuah merek memberikan alasan yang penting untuk membeli. Hal ini mempertimbangkan merek-merek mana yang harus dipertimbangkan dan selanjutnya merek mana yang akan dipilih.

### **Implikasi Hasil Penelitian**

Hasil penelitian pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang menunjukkan bahwa keputusan pembelian dapat ditingkatkan melalui kualitas produk, harga, dan merek. Pada variabel kualitas produk secara keseluruhan kualitas yang telah diberikan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sudah cukup baik, hal tersebut patut untuk dipertahankan dan harus dipertahankan. Indikator kualitas produk

memiliki memiliki nilai yang baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa kualitas produk dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang cukup baik, dari kualitas bahan makanan dan minuman yang diberikan telah sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Untuk perbaikan masalah kualitas produk dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang, perusahaan dapat meningkatkan variasi menu makanan atau tambahan lauk yang pas sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang untuk di masa depan.

Harga yang dimiliki oleh Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sudah baik. Secara keseluruhan harga yang telah diberikan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sudah baik, hal tersebut patut untuk dipertahankan dan harus dipertahankan. Indikator harga memiliki nilai yang baik. Hal tersebut menggambarkan bahwa harga dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang telah baik, dari metode pembayaran serta kualitas dan kuantitas yang diberikan telah sesuai dengan harga yang diberikan. Untuk perbaikan masalah harga dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang, perusahaan dapat menurunkan harga jika menu makanan yang dipilih sedikit agar konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang untuk di masa depan tidak mengurungkan keputusan pembelian.

Secara keseluruhan merek sudah baik dan harus dipertahankan untuk kedepannya. Dari beberapa indikator merek, indikator keuntungan konsumen memiliki nilai tertinggi. Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan telah memberikan perhatian yang tinggi terhadap pelanggan dan tidak mengecewakan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang dan lebih dikenal lagi. Untuk perbaikan masalah merek dari Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang, perusahaan dapat meningkatkan ciri khas yang menonjol sehingga konsumen benar-benar mengingat merek Warung Pecel Bledex &

Gludux Bu Tutik Kota Malang untuk di masa depan.

Keputusan pembelian pada Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang sudah baik. Pihak Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang dapat memberikan penawaran terkait bundling atau promo lain dengan memberikan diskon untuk pembelian produk makanan dalam jumlah banyak. Terkait promo perlu untuk disosialisasikan lebih lanjut agar pelanggan dapat memanfaatkan promo tersebut.

## KESIMPULAN

Skripsi ini didasarkan pada penelitian dengan data yang ada dan ditunjang dengan kajian pustaka. Skripsi ini mengambil judul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang)”. Berdasarkan pada penjelasan pada bab-bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan dan saran-saran yang di harapkan dapat berguna bagi kemajuan Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang dimasa yang akan datang.

- Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang menawarkan produk pecel dengan bumbu khas bu tutik yaitu bumbu pecel bledex yang artinya bumbu pecel tidak pedas dan bumbu pecel gludux yang artinya bumbu pecel pedas serta bahan baku yang digunakan berkualitas sehingga rasa yang didapatkan serta nilai jual produk tidak diragukan dan sesuai keinginan konsumen.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa jika kualitas produk ditingkatkan melalui peningkatan rasa, penyajian yang menarik, bahan baku lebih berkualitas, varian menu dan porsi yang memadai maka keputusan pembelian akan semakin meningkat.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin harga terjangkau dan sesuai dengan kualitas yang dirasakan serta harga yang dapat bersaing dengan pesaing maka keputusan pembelian akan meningkat.

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin meningkat citra merek Warung Pecel Bledex & Gludux Bu Tutik Kota Malang maka akan meningkatkan keputusan pembelian.

## SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan pertimbangan adalah sebagai berikut:

- Membuat inovasi untuk perkembangan dimasa yang akan datang. Inovasi yang dapat dilakukan antara lain penambahan variasi menu makanan atau tambahan lauk misalnya rempeyek udang atau keurupuk karak agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.
- Mensosialisasikan lebih lanjut tentang layanan yang dapat diakses secara online agar dapat mempermudah konsumen dimasa pandemi Covid-19 ini misalnya layanan gofood dan grabfood.
- Memberikan diskon untuk pembelian produk makanan dalam jumlah banyak misalnya membeli 8 pecel beledex atau gludux gratis 1 pecel bledex atau gludux.

## DAFTAR PUSTAKA

- BPS, 2019, Jumlah Pertumbuhan Penduduk Kota Malang Tahun 2013-2019, diakses pada 14 Juni 2020 <<https://malangkota.bps.go.id/statictable.html>>
- Daryanto, 2011, *Manajemen Pemasaran: Sari Kuliah*. Satu Nusa, Bandung.
- Djaslim, S, 2012, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Edisi Ketiga, CV Linda Karya, Bandung.
- Ghozali, I, 2011, *Analisis Multivariat dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

- Kotler, P. & Armstrong, G, 2012, *Principle of Marketing*, 14<sup>th</sup> Ed, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Kotler, P. & Keller, K.L, 2012, *Marketing Management*, 14<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, New Jersey.
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J.L, 2015, *Consumer Behavior*. Eleventh Edition, Pearson Education Limited, England.
- Amilia S., Asmara M. O. "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa." *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, Vol 6, No.1 Mei , 2017: 660 - 669.
- Antyadika, 2012. "Analisis Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Wonk Art Bakery & Cafe Semarang)". Skripsi : Fakultas Ekonomika dan Bisnis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Anwar Iful, 2015. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen". *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 4(12).
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Assael, H. (1987). *Consumer Behavior and Marketing Action*. Third Edition, PWS-KENT Publishing Company, Boston
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- David, Fred R, 2011. *Strategic Management*, Buku 1. Edisi 12 Jakarta.
- Engel, James F., dkk. 1994. *Perilaku Konsumen*. Edisi ke-6. Jakarta Barat: Binarupa Aksara
- Fandy Tjiptono, 2002. *Manajemen Jasa*, Penerbit ANDI YOGYAKARTA Majalah Info Bisnis, Edisi maret-Tahun keVI-2002
- Ghanimata, Fifyanita. 2012. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)". Skripsi. Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Universitas Diponegoro.
- Schiffman, L.G. & Wisenblit, J.L, 2015, *Consumer Behavior*. Eleventh Edition, Pearson Education Limited, England
- Sekaran, U. & Bougie, R, 2016, *Research Methods for Business A Skill Building Approach*, Seventh Edition, Wiley, United Kingdom.
- Sugiyono, 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis (Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, R&D)*, Alfabeta, Bandung.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Habibah, Ummu. 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. Vol. 1, No. 1 , Maret 2016.
- Jerry C. Olson dan Peter J. Paul. 2014. *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran*.

Edisi Sembilan. Buku 2. Penerbit salemba empat. Jakarta.

Kotler Philip dan Amstrong Gary 2012, *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1 Jakarta :Erlangga.

Kotler Philip, Amstrong Gary. 2013. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi ke-12. Penerbit Erlangga.

Kotler, Philip and Gary Amstrong. (2014). *Principle of Marketing*. 14 Edition. England : Pearson Education, Inc

Malhotra, Naresh K.(2010). *Riset Pemasaran (Marketing Research)*. (Edisi 4 Jilid 1).New Jersey, Indonesia: PT. Indeks

Martini. (2015). Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skutermatic. *Jurnal Penelitian*. Vol.9, No.1

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Richard, R.Rumagit, (2013). *Bauran Penjualan Eceran (Retailing Mix) Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian di Jumbo Swalayan Manado*, Jurnal EMBA, Vol.1 No.4.

Sekaran, Uma dan Roger Bougie, (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*. Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat, Jakarta Selatan 12610.

Septifani, R., Achmadi, F., & Santoso, I. (2014). Pengaruh green marketing, pengetahuan dan minat membeli terhadap keputusan pembelian. *Jurnal manajemen Teknologi*, 13(2), 201-218.