

# ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN ATAS KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI PADA TOKO MEBEL KUSUMA ANTIQ SERENAN

Fani Rianda Nur Adianto <sup>1)</sup>

Eny Kustiyah <sup>2)</sup>

Ratna Damayanti <sup>3)</sup>

<sup>1, 2, 3)</sup> Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta  
e-mail: <sup>1)</sup> nuradianto@gmail.com

## ABSTRACT

*This study aims to determine the effect of furniture purchases partially and simultaneously at Kusuma Antiq Serenan. The research used is quantitative research. The population in this study are all consumers who have purchased furniture at the Kusuma Antiq Serenan Furniture Store with a population of 85 people, so this study is a population study. F test results show that product quality, price and location simultaneously have a positive and significant effect on furniture purchase decisions at Kusuma Antiq Serenan Furniture Store. While the results of the t test showed that the quality of the product partially had a positive and significant effect on purchasing decisions, the price had a positive and significant influence on furniture purchasing decisions at the Kusuma Antiq Serenan Furniture Store and location also had a positive and significant influence on furniture purchase decisions at the Furniture Shop Kusuma Antiq Serenan.*

**Keywords:** *Product quality, price, location, purchase decision*

## PENDAHULUAN

Semakin meningkatnya persaingan bisnis di bidang furnitur membuat perusahaan harus melakukan strategi pemasaran yang tepat agar usahanya dapat bertahan dan memenangi persaingan. Semakin banyak pesaing maka semakin banyak pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, sehingga konsekuensinya adalah perusahaan harus lebih memperhatikan kualitas dan harga produknya agar menjadi daya tarik konsumen untuk membuat keputusan dalam membeli produk tersebut.

Kualitas produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang mengutamakan kemampuan atau dapat memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan ataupun tersirat (Sunarto, 2015). Menurut Agustin (2016), kualitas produk adalah tuntutan permintaan konsumen terhadap produk berkualitas sehingga menjadikan perusahaan berlomba-lomba dalam meningkatkan kualitas produknya.

Leonardo et al, (2016) menyatakan bahwa harga merupakan jumlah uang yang telah disepakati oleh calon konsumen dan produsen untuk ditukar dengan barang atau jasa dalam transaksi bisnis. Menurut Supri dan Yuliana, (2014) harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah gabungan dari produk dan pelayanan.

Christina dan Heni (2015) mendefinisikan lokasi sebagai tempat perusahaan beroperasi atau melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang atau jasa. Menurut Mahdani et al, (2017) lokasi merupakan tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan konsumen untuk datang dan membeli.

Keputusan pembelian merupakan proses pembauran yang menggabungkan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif untuk memilih salah satu di antaranya. Hasil dari proses pembauran ini adalah suatu pilihan (Supri dan Yuliana, 2014). Menurut

Sunarto (2015) keputusan pembelian merupakan keputusan konsumen untuk membentuk preferensi antar merek dalam beberapa pilihan. Keberhasilan perusahaan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen sangat didukung melalui upaya membangun komunikasi kepada konsumen dengan membangun merek kepada konsumen dengan strategi pemasaran, serta melakukan inovasi baru pada suatu produk (Lamidi dan Haja, 2015).

Kusuma Antiq Serenan merupakan bagian dari klaster Serenan dalam kategori sebagai pedagang produk akhir yang beralamat di Dukuh Jetis RT 24 RW 01 Desa Gondangsari Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten 57472. Kusuma Antiq Serenan menjual produk furnitur seperti meja, kursi, lemari dan aksesoris seperti lukisan kuno, cendera mata, gelas antik dan sebagainya. Berikut ini adalah pendapatan bulanan Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan pada tahun 2018:

**Tabel 1. Pendapatan bulanan Kusuma Antiq tahun 2018**

No	Bulan	Pendapatan
1	Januari	Rp 20.000.000
2	Februari	Rp 35.000.000
3	Maret	Rp 15.000.000
4	April	Rp 25.000.000
5	Mei	Rp 7.000.000
6	Juni	Rp 21.500.000
7	Juli	Rp 20.800.000
8	Agustus	Rp 24.400.000
9	September	Rp 20.000.000
10	Oktober	Rp 21.300.000
11	November	Rp 12.000.000
12	Desember	Rp 17.000.000
Jumlah		Rp 239.000.000

Sumber: Kusuma Antiq Serenan, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas, pendapatan bulanan pada tahun 2018 dari penjualan furnitur di Kusuma Antiq Serenan adalah Rp. 20.000.000, namun pada bulan mei 2018 pendapatan menurun signifikan menjadi Rp. 7.000.000. Hal ini disebabkan karena menurunnya tingkat pembelian konsumen.

### **Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan.
4. Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan.

### **LANDASAN TEORI**

#### **1. Perilaku Konsumen**

Sunyoto, (2012: 255) menyatakan bahwa perilaku konsumen merupakan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam menggunakan barang dan jasa

termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut.

Menurut Kotler (2005: 224) perilaku konsumen menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian, proses tersebut merupakan sebuah pendekatan penyesuaian masalah yang terdiri dari lima tahapan yang dilakukan konsumen. Tahapan tersebut meliputi: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

## **2. Keputusan Pembelian**

Menurut Assauri (2004: 79) keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak, dan keputusan tersebut diperoleh dari keputusan pembelian sebelumnya.

## **3. Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (2008: 347) mengemukakan bahwa kualitas produk merupakan produk yang mempunyai fungsi sesuai dengan kemampuan produk yang meliputi kemudahan, daya tahan, kehandalan, dan perbaikan serta atribut lainnya.

## **4. Harga**

Menurut Kotler (2008: 345) harga adalah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Harga merupakan sejumlah uang sebagai alat tukar untuk mendapatkan suatu produk atau jasa (Saladin, 2008: 95).

## **5. Lokasi**

Lokasi merupakan tempat di mana perusahaan melakukan operasi. Menentukan lokasi bisnis merupakan tugas untuk perusahaan, karena jika menentukan lokasi yang salah dapat mengakibatkan kegagalan dalam berbisnis. Menurut Sumarwan (2004: 280) lokasi merupakan suatu tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan konsumen untuk berbelanja.

## **PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian**

Kualitas Produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. (Suharni dan Joko, 2017). Penelitian yang dilakukan oleh Sunarti *et al.* (2017) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H1: Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian**

Harga merupakan suatu cara bagi seorang penjual untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi diferensiasi barang dalam pemasaran (Santri dan Rusda, 2016). Penelitian yang dilakukan oleh Wanda (2015) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H2: Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Lokasi terhadap keputusan pembelian**

Lokasi merupakan suatu tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan konsumen untuk berbelanja (Nina *et al.*, 2017). Penelitian yang dilakukan Ni Pitu *et al.* (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H3: Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

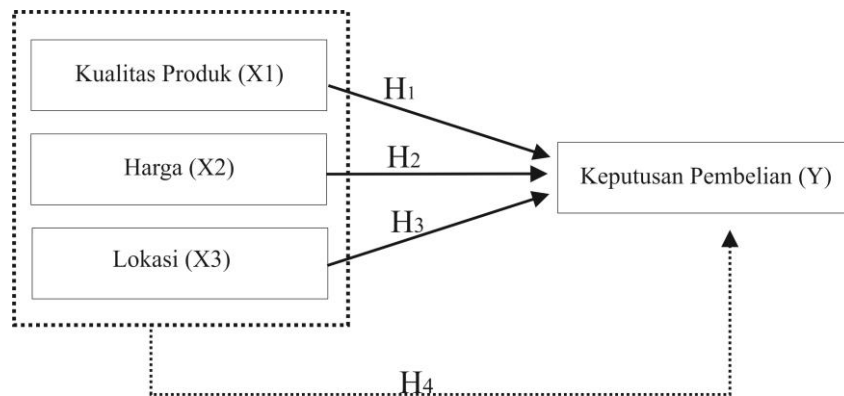
## Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap keputusan pembelian

Penelitian yang dilakukan oleh Sigit *et al.* (2015) menyatakan bahwa kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian tersebut, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut.

H4: Kualitas Produk, Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

## Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Kerangka pemikiran**

Penelitian ini menggunakan satu variabel yaitu keputusan pembelian (Y) dan tiga variabel independen yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan lokasi (X3). Keputusan pembelian (Y) merupakan proses pengambilan keputusan yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak, dan keputusan tersebut diperoleh dari keputusan pembelian sebelumnya. Kualitas produk (X1) merupakan produk yang mempunyai fungsi sesuai dengan kemampuan produk yang meliputi kemudahan, daya tahan, kehandalan, dan perbaikan serta atribut lainnya. Harga (X2) adalah jumlah nilai yang diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan keuntungan dari menggunakan produk atau jasa dari perusahaan. Lokasi (X3) merupakan suatu tempat usaha yang sangat memengaruhi keinginan konsumen untuk berbelanja.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Tempat penelitian di Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan yang terletak di Dk. Jetis RT. 24 RW. 01 Gondangsari, Juwiring, Klaten, Jawa Tengah 57472. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Juli 2019. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan dengan jumlah 85 orang, karena jumlah konsumen telah diketahui kurang dari 100 maka diambil keseluruhan, sehingga penelitian ini merupakan penelitian populasi.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: Uji asumsi klasik yang terdiri dari: uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas dan analisis regresi antara lain:

1. Analisis regresi linear berganda

Teknik melalui koefisien parameter untuk mengetahui besarnya variabel independen terhadap variabel dependen.

2. Uji t

Untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu memengaruhi variabel dependen.

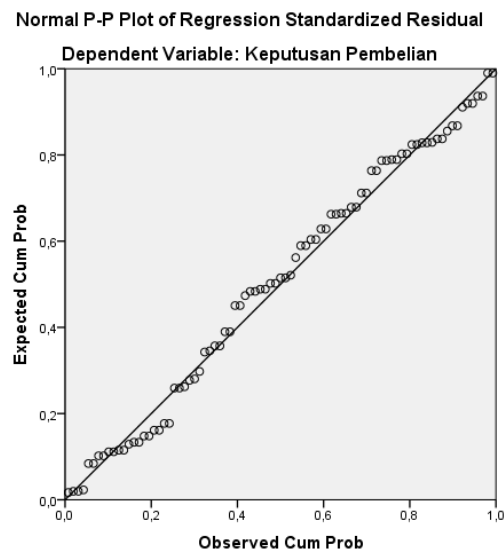
3. Uji F  
Untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama memengaruhi variabel dependen.
4. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )  
Digunakan untuk mengukur sejauh mana kemampuan model menerangkan variasi variabel dependen.

## HASIL PENELITIAN

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### Uji Normalitas

Menguji normalitas dengan menggunakan alat analisis *Normal P-Plot Regression*



**Gambar 2. Hasil Uji Normalitas Data**

Berdasarkan hasil grafik yang ditunjukkan membuktikan bahwa titik-titik tersebut menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal menunjukkan pola distribusi normal. Hal ini berarti data yang digunakan dalam penelitian ini adalah normal.

#### Uji Multikolinearitas

Hasil yang didapatkan dalam uji multikolinearitas adalah:

**Tabel 2. Hasil uji multikolinearitas**

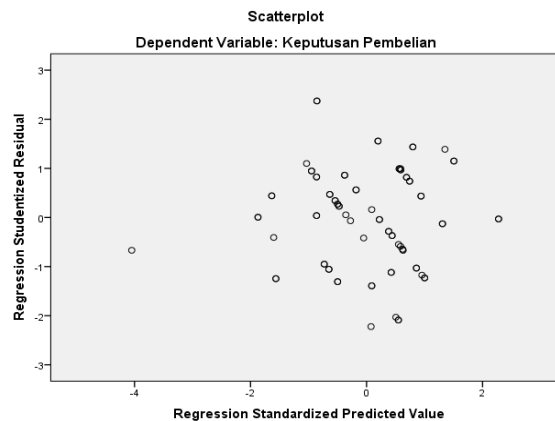
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Kualitas Produk ( $X_1$ )	0,909	1,101	Bebas multikolinearitas
Harga ( $X_2$ )	0,885	1,130	Bebas multikolinearitas
Lokasi ( $X_3$ )	0,821	1,218	Bebas multikolinearitas

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Berdasarkan pada tabel di atas menunjukkan bahwa masing-masing nilai VIF kurang dari 10, demikian juga hasil nilai *tolerance* di atas 0,1. Dengan demikian dapat dinyatakan juga model regresi ini tidak terdapat masalah multikolinearitas.

#### Uji Heteroskedastisitas

Hasil yang didapatkan dalam uji heteroskedastisitas adalah:



**Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Berdasarkan gambar di atas membuktikan bahwa titik-titik tersebut berada di atas dan dibawah nilai 0 pada sumbu Y. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi adanya heteroskedastisitas.

## 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Nilai a dan b1, b2, b3 dalam uji regresi linear berganda adalah:

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t-hitung	Sig.
<i>Constant</i>	2,344	1,662	0,100
Kualitas Produk	0,340	5,870	0,000
Harga	0,299	6,378	0,000
Lokasi	0,269	5,654	0,000

F-hitung = 61,939  
 Sig.F = 0,000  
 Adjusted R square = 0,685

Sumber: Data primer yang diolah, 2019

Dari data tabel di atas dapat dirumuskan suatu persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 2,344 + 0,340 \text{ Kualitas Produk} + 0,299 \text{ Harga} + 0,269 \text{ Lokasi}$$

- Nilai konstanta 2,344 artinya dengan tidak adanya variabel kualitas produk, harga, dan lokasi maka keputusan pembelian akan meningkat
- Nilai koefisien  $b_1$  adalah sebesar 0,340 berarti variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Jika variabel kualitas produk meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat 0,340 dengan anggapan  $X_2$  dan  $X_3$  Konstan.
- Nilai koefisien  $b_2$  adalah sebesar 0,299 berarti variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Jika variabel harga meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat 0,299 dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_3$  konstan.
- Nilai koefisien  $b_3$  adalah sebesar 0,269 berarti variabel lokasi berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Jika variabel lokasi meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat 0,269 dengan anggapan  $X_1$  dan  $X_2$  konstan.

### 3. Uji F

Hasil pengujian tabel 3 menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $61,939 > 2,72$ ) dan signifikansi  $< 0,05$  ( $0,000 < 0,05$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sedangkan  $H_a$  diterima, artinya kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Toko Mebel Kusuma Antiq Serenan.

### 4. Koefisien Determinasi

Pada tabel 3 tersebut menunjukkan *Adjusted R square* sebesar 0,685, hal ini berarti variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan lokasi (X3) mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 68,5%. Sedangkan sisanya ( $100\% - 68,5\% = 31,5\%$ ) dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,870, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,340 dan signifikansinya kurang dari 5% sebesar 0,000. Kusuma Antiq Serenan mempunyai kualitas produk yang baik seperti bahan baku mebel dari kayu jadi merah dengan kualitas utama atau kelas super, pemilihan bahan baku tersebut berdasarkan karakteristik kayu yang kuat, tahan lama dan tidak mudah lapuk, sehingga bahan baku tersebut digunakan untuk membuat mebel dengan kualitas baik. Selain bahan baku yang baik, seni ukiran pada mebel tersebut memberi kesan antik, hal ini dikarenakan pengrajin yang membuat mebel tersebut sudah berpengalaman dan menggeluti dunia seni ukir selama puluhan tahun. Hal ini selaras dengan penelitian Dwi Wahyu (2014) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 6,378, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,299 dan signifikansinya kurang dari 5% sebesar 0,000. Melihat masyarakat Indonesia yang konsumtif, perusahaan mebel berlomba-lomba dalam rangka menarik konsumen untuk melakukan pembelian. Tidak terlepas dari itu, Kusuma Antiq Serenan juga memberikan potongan harga yang cukup besar sehingga membuat konsumen tertarik untuk melakukan pembelian. Selain itu, Kusuma Antiq Serenan juga memberikan pengiriman gratis untuk wilayah Serenan dan sekitarnya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian Angelina dan Rotinsulu (2015) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

### 3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil uji t menunjukkan bahwa lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan. Hal ini berdasarkan pada hasil penelitian yang dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5,654, koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,269 dan signifikansinya kurang dari 5% sebesar 0,000. Pemilihan lokasi toko Kusuma Antiq Serenan tepat, karena lokasinya yang dapat dijangkau oleh transportasi umum dan dekat dengan jalan raya sehingga pengunjung dengan mudah menemukan toko mebel Kusuma Antiq Serenan. Selain itu, lokasi toko Kusuma Antiq Serenan adalah kawasan klaster mebel Serenan yang merupakan pusat mebel di

Kabupaten Klaten, sehingga lokasi toko mebel Kusuma Antiq Serenan mudah untuk diingat oleh konsumen. Dengan akses lokasi yang mudah dijangkau serta mudah diingat oleh konsumen, maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian. Hal ini selaras dengan penelitian Kornawan Raharjo dan Suryono Budi Santosa (2015) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

## KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data dan pengujian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Kualitas produk, harga dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan, artinya jika kualitas produk baik seperti bahan baku yang baik maka keputusan pembelian akan semakin kuat. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan, artinya bahwa jika harga yang ditawarkan terjangkau dan terdapat potongan harga maka keputusan pembelian akan semakin kuat. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mebel di Kusuma Antiq Serenan, artinya bahwa jika lokasi toko yang strategis dan mudah dijangkau transportasi umum maka keputusan pembelian akan semakin kuat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung Joko Susilo, Sri Aliami dan Sigit Ratnanto. 2015 . “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda pada Agung Motor (Studi pada Konsumen di Nganjuk Tahun 2015)”. *Simki-Economic* Vol. 01 No. 06. Hal 1 – 7.
- Agus Wahyudi Salasa Gama, Ni Wayan Rustiarini, Ni Putu Nita Anggraini. 2016. “Jurnal Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Pasar Seni Guwang Sukawati)”. Vol.11, No.1 Hal 22 – 30
- Agustin Melita Yesi. 2016. “Jurnal Analisis Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Vario (Studi Kasus pada Tridjaya Motor Dealer Resmi Motor Honda Cabang Girian – Bitung)”. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* Vol. 16. Hal 472 -483
- Assauri, S. 2004. *Manajemen Pemasaran. Edisi II*. Jakarta: Rajawali Press.
- Basu Swasta dan Irawan. 2003. *Manajemen Pemasaran Modern (edisi kedua)*. Cetakan ke – sebelas. Yogyakarta: Liberty Offset Building Strong Brand.
- Erfika Rahmi, Dede R dan Nina Maharani. 2017. “Jurnal Pengaruh Lokasi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi pada Rumah Makan Ayam Bakar Lexa di Rancaekek)”. *Prosiding Manajemen*. Vol. 3 No. 2 Hal. 872 – 876
- Fachrul Rizal, Muhammad Adam dan Mahdani Ibrahim 2017. “Effect Of Price, Design and Location on Decision of Purchase and Its Implication on Customer Satisfaction”. *International Journal of Economics, Commerce And Management United Kingdom* Vol. IV Hal. 345 – 353
- Haja Avetoe dan Lamidi. 2015. “Jurnal Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan* Vol. 15 No.3 Hal. 367 – 373
- Henio Wijayanti dan Christina Menuk Sri Handayani. 2015. “Jurnal Pengaruh Lokasi, Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah Surodinawano Grandsite pada Dwi Mulya Jaya Mojokerto”. *Majalah Ekonomi*. Vol XX No 1. Hal. 109 – 123



- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 12. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga
- Nur Achidah, M Mukery Warso, Leonardo Budi Hasiolan. 2016. “Jurnal Pengaruh Promosi, Harga, dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio GT (Study Empiris pada Produk Yamaha Mio GT di Weleri-Kendal)”. *Journal of Management*, Vol. 2 No.2
- Saladin, D. 2008. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Pelaksanaan dan Pengendalian*. Bandung: Linda Karya
- Santri Zulaicha dan Rusda Irawati. 2016. “Jurnal Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam”. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*, Vol. 4, No. 2, Hal. 125-136.
- Setiawan, Kadarisman dan Sunarti. 2017. “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Iphone (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)”. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 50 No. 6. Hal. 85 – 95
- Suharni Rahayu dan Joko Haryanto. 2017. “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Majalah Media Asuransi (Studi Kasus Media Asuransi Indonesia). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*. Vol. 1 No. 1 Hal. 64 – 76
- Sumarwan, Ujang. 2004. *Perilaku Konsumen*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Sunarto. 2015. “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Kerajinan Kulit Kartika Magetan”. *Equilibrium*, Vol. 3 No. 2 Hal. 191 -205
- Sunyoto, Danang. 2012. *Konsep Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center For Academic Publishing Service
- Yuliana Sudarno dan Supri Wahyudi Utomo. 2014. “Jurnal Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan terhadap Keputusan Pembelian pada Dealer MPM Motor Madiun”. *Jurnal Akuntansi dan Pendidikan*, Vol.3. No.1