

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN TALANG UBI TIMUR
KABUPATEN PALI**



Skripsi

Nama :Yoga Bagaskara

Nim :212017148

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2021

**PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MOTOR SUZUKI DI KECAMATAN TALANG UBI TIMUR
KABUPATEN PALI**

**Diajukan Untuk Menyusun Skripsi Pada
Program Strata Satu Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Palembang**



skripsi

Nama : Yoga Bagaskara

Nim : 212017148

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2021**

PERYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Yoga Bagaskara

Nim : 212017148

Konsentrasi : Pemasaran

Judul Skripsi : Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki Di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali.

Dengan ini saya menyatakan :

Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelaraka demik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.

Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.

Dalam karya tulis ini terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ke tidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lain-nya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, maret 2021



YogaBagaskara

FakultasEkonomidanBisnis
UniversitasMuhammadiyah
Palembang


TANDA PENGESAHAN SKRIPSI


Judul : Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan
Konsumen Melakukan Pembelian Motor Suzuki
Di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali

Nama : Yoga Bagaskara
Nim : 212017148
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran

Diterima dan Disahkan
Pada Tanggal.....
Pembimbing II,

Pembimbing I,




Dr. Sri Rahayu, SE, M.M
NIDN: 0206016702790999


Umar Herudiansyah, SE, M.M
NIDN: 0202039203

Mengetahui

Dekan

u b Ketua Program StudiManajemen

Dr. Zalfa Trihandayani, SE, M.Si

NIDN :0229057501

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO:

- ❖ (Sesungguhnya Kami telah menempatkan kamu sekalian) hai anak-anak Adam (di muka bumi dan Kami adakah bagimu dimuka bumi itu sumber-sumber penghidupan) dengan memakai huruf ya, yakni saran-saran untuk kamu bisa hidup. Ma'aisy jamak dari kata ma'isyah (amat sedikit) untuk mengukuhkan keminiman (kamu bersyukur) terhadap kesmuanya itu(QS. Al-A'araf:07)
- ❖ Sesungguhnya sholatku, ibadahku, hidup dan matiku hanya karena Allah SWT(QS. Al-An'am:162)

Terucap syukur pada MU ya Allah
SWT Dan Nabi Muhammad SAW

Kupersembahkan Untuk:

- ❖ Ibu (Iena) dan Bapak ku (Nur Fa'i) tercinta serta keluarga ku
- ❖ Pembimbing Skripsi ibu Dr. Sri Rahayu, SE. M.M dan Bpk Gumar Herudiansyah, SE, M.M
- ❖ Untuk Almamater.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PRAKATA

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali”** dengan baik dan tepat pada waktunya. Skripsi ini adalah menjadi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Dengan penuh rasa hormat, cinta, dan kasih sayang dan kerendahan hati, skripsi ini penulis persembahkan terkhusus kepada kedua orang tua, Ayahanda Nur Fa'i dan Ibunda Lena dan kakak tercinta Aan Kuswara dan Nuzula yang memiliki peran penting dalam perjalanan hidup penulis dan berada dalam mendidik, mendoakan, memberikan dorongan motivasi, serta selalu ada disetiap masalah yang dihadapi penulis. Terimakasih kepada Allah SWT yang telah memberikan kedua orang tua yang yang paling baik didunia serta keluar besar yang selalu mendukung.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan, hal ini mengingat keterbatasan yang dimiliki penulis, baik dari segi ilmu ataupun pengalaman. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dorongan serta motivasi dari beberapa pihak, maka dengan kesempatan yang didapat penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Ibu Dr. Maftuha Nurahmi selaku dekan fakultas ekonomi dan bisnis palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Trihandayani, S.E.,M.M dan Bapak Mister Candra, S.Pd.,M.si. selaku ketua dan sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Ervita Safitri S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Sri Rahayu, SE. M.M dan Bpk Gumar Herudiansyah, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen selaku pengajar program studi Manajemen serta karyawan dan staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Seluruh Pihak dan Pemerintah setempat yang telah memberikan izin penelitian di Kecamatan Talang Ubi Kabupaten Pali.
8. Keluarga Besarku tercinta yang telah memberikan doa dan dukungannya selama berkuliah di Universitas Muhammadiyah Palembang.
9. Andra sagita dan Devi yana selaku mentor terbaik.

10. Teman teman seperjuanganku Ade Julianto,Ahmad Raynaldi,Aziz Saputra,Ario Daffa,Dedi Irwanto,Fherdy Ramadhan,Frengkiardedi,M. Suryo Indadi, M. Nur Rhomad,Wayan Prasetya, Yudah Erlianto, Yopran Belgi.

11. Semua Pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat, bagi Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang pada khususnya dan untuk semua pihak yang akan melakukan penelitian dimasa yang akan datang pada umumnya. Akhirnya dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu menyelesaikan dalam penulisan penelitian ini. Semoga amal dan ibadah yang dilakukan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT, Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, Maret,2021
Penulis,

Yoga Bagaskara
Nim : 212017148

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Luar.....	i
Halaman Sampul	ii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiat.....	iii
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Persembahan Dan Motto.....	vi
Halaman Prakata	vii
Halaman Daftar Isi	x
Halaman Daftar Tabel	xii
Halaman Daftar Gambar	xiii
Halaman Daftar Lampiran.....	xiv
Halaman Abstrak.....	xv
Halaman Abstrack.....	xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian.....	6

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori.....	8
B. Penelitian Sebelumnya	19
C. Kerangka Pemikiran	21
D. Hipotesis.....	21

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	22
B. Lokasi Penelitian	23

C. Operasionalisasi Variabel	24
D. Populasi dan Sampel	24
E. Data yang Diperlukan	26
F. Metode Pengumpulan Data	27
G. Analisis Data dan Teknik Analisis	28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	36
B. Pembahasan Hasil Penelitian.....	51

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....	54
B. Saran	54

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 jenis pemilihan produk	4
Tabel I.2 Hasil riset pendahulu	5
Tabel III.1 Operasional Variabel.....	24
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas	38
Tabel IV.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	39
Tabel IV.3 Karkteristik Berdasarkan usia.....	40
Tabel IV.4 Karakteristik Berdasarkan jenis kelamin	40
Tabel IV.5 Berdasarkan lama pemakaian	41
Tabel IV.6 Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....	42
Tabel IV.7 Distribusi jawaban variabel Keputusan Konsumen	42
Tabel IV.8 Distribusi jawaban variabel Produk.....	44
Tabel IV.9 Distribusi jawaban variabel Harga.....	46
Tabel IV.10 Uji Hipotesis secara Simultan (Uji F).....	48
Tabel IV.11 Uji Hipotesis secara individu (UJi t).....	49
Tabel IV.12 Analisis regresi linier berganda	50
Tabel IV.13 Determinasi (R).....	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1 Statistik domestic pasar Indonesia padatahun 2018.....	2
Gambar II.1 Kerangka pemikiran	21

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuisioner
- Lampiran 2 Tabulasi
- Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas
- Lampiran 4 Frenkuensi Jawaban Responden
- Lampiran 5 Hasil SPSS Regresi Linier Berganda, Uji F, Uji t, dan Uji R^2
- Lampiran 6 Jadwal Penelitian
- Lampiran 7 Tabel Distribusi F
- Lampiran 8 Tabel Distribusi T
- Lampiran 9 Surat Keterangan Telah Melakukan Riset
- Lampiran 10 Sertifikat Pelatihan SPSS
- Lampiran 11 Sertifikat Pengantar Aplikasi Komputer
- Lampiran 12 Sertifikat Komputer Bisnis
- Lampiran 13 Sertifikat AIK
- Lampiran 14 Sertifikat Seminar Bisnis Pasca Covid-19
- Lampiran 15 Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran 16 Kartu Aktivitas Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Yoga Bagaskara / 21 2017 148 / 2021, pengaruh produk dan harga terhadap keputusan pembelian motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur.

Perumusan masalahnya adalah Adakah Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan menganalisis Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Melakukan Pembelian Motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. Jenis penelitian ini adalah asosiatif karena penelitian ini akan menjelaskan keterkaitan Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. Data yang digunakan adalah data primer yaitu berupa jawaban responden yang telah diberikan melalui jawaban kuesioner yang telah disebar. Metode pengumpulan data adalah kuesioner. Analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan secara kualitatif digunakan skalan *likert* dan secara kuantitatif menggunakan hasil perhitungan SPSS Uji T dan Uji F independen dan dependen versi 16.00. berdasarkan hasil perhitungan SPSS Uji T dan Uji F independen dan dependen versi 16.00 untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh produk dan harga terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian motor suzuki di kecamatan talang ubi timur, pada produk terhadap keputusan pembelian terdapat pengaruh yang cukup besar untuk pengaruh konsumen melakukan pembelian dan pada harga tidak terdapat perbedaan yang cukup besar untuk mempengaruhi konsumen melakukan pembelian.

Kata Kunci : Produk dan Harga

Abstract

Yoga Bagaskara / 212017148 / 2021 / The Effects of Product and Price on Purchasing Decision of Suzuki motorbikes in Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali.

The formulation of the problem was to find out whether there was any effects of product and price on consumer purchasing decision Suzuki Motorbikes in Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. The aim was to determine and analyze the effect of product and price on consumer purchasing decision Suzuki Motorbikes in Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. This type of research was associative because this research would explain the relationship of product and price on consumer purchasing decision in Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali. The data used primary data, namely in the form of respondents answers who had been given through questionnaires that had been distributed. The data collection method was a questionnaire. The data analysis used qualitative and quantitative analysis by qualitatively using the Likert scale and quantitatively used the results of the calculation of the SPSS T test and F test independent and dependent version 16.00. based on the results of the calculation of the SPSS T test and F test independent and dependent version 16.00 to determine whether there was an effect of product and price on consumer purchasing decisions Suzuki motorbike in Kecamatan Talang Ubi Timur, there was a significant effect of product on consumer purchasing decisions and at the price there was no differences enough to influence consumer purchasing.

Keywords: Products and prices.



No: 126

February 11, 2021



BAB I

PENDAHULUAN

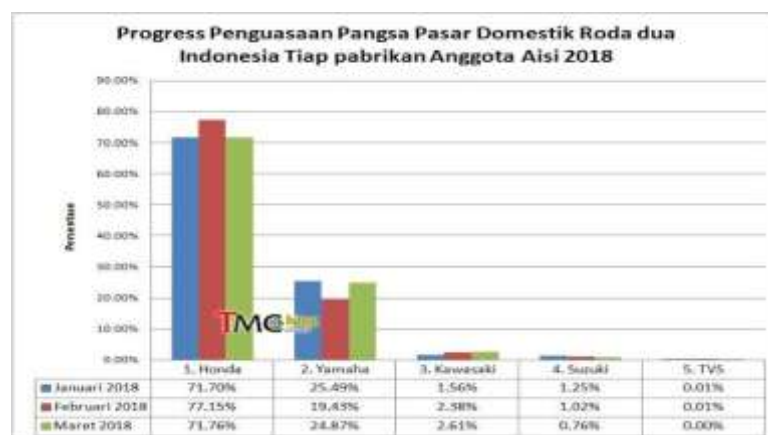
A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran adalah satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi. Menurut (Sudaryono,2016:43) “Pemasaran merupakan suatu kegiatan yang terpenting di dalam kehidupan perusahaan/organisasi sebagai usahanya untuk mencapai tujuan, mengembangkan usaha, serta mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan/organisasi itu sendiri. Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain”. Bagi para konsumen, apa yang mereka inginkan tentunya selalu ingin dipuaskan terhadap suatu produk atau jasa yang mereka beli dan mereka gunakan. Demikian setiap perusahaan harus mampu memahami perilaku konsumen pada pasar sasarannya, karena kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat bergantung pada perilaku konsumennya.proses pembelian konsumen berhak mengambil keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi.

Berdasarkan perkembangan zaman saat ini konsumen lebih memilih produk yang berharga murah namun mempunyai kualitas produk yang baik, oleh sebab itu dalam kondisi persaingan yang sangat tinggi, perusahaan harus mampu memahami dan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan berinovasi untuk menciptakan positioning produknya dengan baik dan memanfaatkan keunggulan-keunggulan yang ada pada produk yang ditawarkan. Perusahaan yang gagal memahami kebutuhan, keinginan, selera dan proses keputusan pembelian konsumen akan mengalami kegagalan dalam pemasaran dan penjualannya.

Perkembangan industri otomotif terus mengalami naik turun dari tahun ke tahun, pada 2 (dua) tahun terakhir, bulan januari 2018 sampai maret 2018 progers penguasaan pasar domestic roda dua produk sepeda motor Suzuki mengalami peningkatan,berikut gambar perkembangan pasar Suzuki:

Gamabar I.1
Statistik domestic pasar Indonesia padatahun 2018



Sumber : Data-AISI,2018

Terlihat dari tabel diatas Honda memimpin dengan penguasaan pasar 71,70% distribusi bulan maret 2018 disusul Yamaha yang penguasaan pasar sekitar seperempat atau tepatnya 25,49% lalu Kawasaki,Suzuki dan Tvs. Sedangkan dari data penjualannya honda tembus dengan penjualan sampai 1 juta unit disusul dengan yamaha tembus 341.554 unit dan disusul oleh Kawasaki dengan31.934 unit dan Suzuki 14.628 dan tvs 92 unit.

Persaingan yang sangat ketat juga dapat dilihat dari jumlah perusahaan yang ada dalam industri sepeda motor di Indonesia yang menurut Asosiasi Industri Sepeda Motor Indonesia (AISI:2018), saat ini terdapat 77 perusahaan assembling, manufaktur dan importir sepeda motor di Indonesia yang tercatat di Departemen Perindustrian dan Perdagangan. Dari jumlah tersebut, 5 diantaranya anggota AISI yaitu Honda, Yamaha, Suzuki, Kawasaki, dan KTM, serta 71 perusahaan lainnya di luar keanggotaan AISI. Dilihat dari banyaknya perusahaan yang berada dalam industri sepeda motor yang menawarkan hasil produksi dalam keunggulan masing-masing menunjukkan bahwa persaingan pada industri sepeda motor saat ini sangatlah ketat. Strategi pemasaran diperlukan perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Candra (2011) yaitu Produk, Harga, Promosi Lokasi, Pelayanan Karyawan, Fasilitas, dan Suasana.

Suzuki sebagai salah satu perusahaan otomotif terbesar di Indonesia,dalam sejarah dan perkembangannya Suzuki Motor Indonesia tentu tidak luput dari nama besar Suzuki Motor Internasional yaitu Suzuki Motor

Corporation Suzuki Motor berpusat di Jepang dengan produk utama berupa mobil dan kendaraan roda dua atau sepeda motor. Sampai saat ini Suzuki Motor Indonesia telah memiliki beberapa produk unggulan sepeda motor yang dapat diperoleh di dealer–dealer Suzuki. Tipe–tipe motor pada Suzuki Motor Indonesia pun terbilang lengkap mulai dari bebek, skuter matik, sampai motor sport. Semua tipe motor Suzuki tersebut banyak kita temui di Indonesia karena PT. Suzuki Indomobil Sales sebagai ATPM (Agen Tunggal Pemegang Merek) selalu merilis produk – produk baru dari Suzuki Motor Indonesia.

Peneliti mencoba melakukan pra survei kepada 30 masyarakat untuk melihat apa kekurangan dari merek motor suzuki hasil nya dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel I.1

Hasil riset Pendahuluan ke pada Konsumen

No	Indikator	Setuju	Persentase	Tidak setuju	Persentase	Jumlah
1	Motor Suzuki kalah dari segi desain	22	73%	8	27%	100%
2	Harga tidak sesuai dengan kualitas	20	67%	10	33%	100%
3	Promosi kalah dengan merek lain	14	47%	16	53%	100%
4	Tempat pembelian susah untuk dicapai	17	57%	13	43%	100%

Sumber: hasil-prasurvey.2020

Berdasarkan hasil prasurvei pada tabel di atas ada 2 (dua) indikator yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan dalam melakukan pembelian motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur yaitu produk dan harga. dalam tabel di atas mengambil 30 reponden menjawab ada dua indikator yang menjadi kurang minatnya konsumen di Kecamatan Talang Ubi timur yaitu Produk dan Harga.

Berdasarkan uraian tersebut maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh produk dan harga terhadap Keputusan Konsumen dalam melakukan pembelian motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur Kabupaten Pali**

B. Rumusan masalah

Adakah pengaruh harga dan produk dalam keputusan pembelian motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi Timur?

C. Tujuan penelitian

Untuk mengetahui apakah pengaruh harga dan produk dalam keputusan pembelian motor Suzuki di Kecamatan Talang Ubi timur?

D. Manfaat penelitian

Manfaat-manfaat yang ingin dicapai dari peneliti yang dilakukan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Bisa menambah pengetahuan penulis khususnya yang berhubungan dengan pengaruh produk dan harga. Dapat memberikan masukan dalam pengembangan ilmu terutama yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan bagi ilmu pengetahuan serta memberikan tambahan perbendaharaan kepustakaan khususnya yang berhubungan dengan kepuasan konsumen dan juga dapat memberikan masukan atau acuan bagi peneliti lain yang akan melakukan penelitian dalam bidang manajemen pemasaran dengan topik yang serupa.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman Fauzi Bachmid, (2016).”*Analisis Kualitas Produk, Promosi, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Telkomsel 4g Lte Di Manado (Studi Kasus : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Di Universitas Sam Ratulangi)*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen FEB Universitas SAM Manado, Vol. 4, No. 4
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016).*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, 2(2).
- Achidah, N., Warso, M. M., & Hasiholan, L. B. (2016).*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, 2(2).
- Al Rasyid, H., & Indah, AT (2018).*Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tangerang Selatan*. Jurnal Perspektif , 16 (1), 39-49.
- AndiFandy Tjiptono. (2008) .*Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : Andi
- Damiati, dkk. (2017). *Perilaku Konsumen*. Depok : Rajagrafindo Persada
- Danang Sunyoto. (2014). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : CAPS (Center of Academic Publishing Serves).
- Devy, S., & Sinulingga, NAB (2018).*Pengaruh Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor pada PT. Rotella Persada Mandiri*. Jurnal Ilmu Manajemen (JMAS) , 1 (1, Januari), 18-23.
- Djaslim Saladin. (2010). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Pertama, Bandung: Linda Karya
- Donni Juni Priansah. (2017). *Perilaku Konsumen: Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Penerbit AlfabetaEfendi. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta
- Farah Nahlia dan Agus Hermani DS. (2015).”*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Prabayar XI (Studi Kasus Mahasiswa Fisip Undip Semarang)*” Jurnal Ilmiah

Mahasiswa Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro, Vol. 5,
No. 4

Hasan, M. Iqbal. (2012). *Pokok-Pokok Materi Statistik II (Statistik Inferensif)*
Jakarta: PT Bumi Aksara

Irham Fahmi. (2016). *Perilaku Konsumen Teori dan Aplikasi*. Bandung:
Alfabeta

Keller K.L dan Philip Kotler. (2016). *Manajemen Pemasaran. Edisi 15*.
Jakarta: Erlangga.

Nela Evelina,dkk. (2012).”*Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga,
Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana
Telkomflexi (Studi Kasus Pada Konsumen Telkomflexi Di Kecamatan
Kota Kudus Kabupaten Kudus)*”. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu
Administrasi Bisnis FISIP Universitas Diponegoro, Vol. 2, No. 1

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

Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2018).*Pengaruh harga kualitas
produk dan citra merek brand image terhadap keputusan pembelian
motor*. KINERJA, 14(1), 16-23.

Putra, M. C. S. D., & Ekawati, N. W. (2017).*Pengaruh Inovasi Produk, Harga,
Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan
Sepeda Motor Vespa*. E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana, 6(3).

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*.
Yogyakarta: Andi.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung:
Alfabeta

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta

Tampi, D., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. (2016).*Pengaruh Kualitas
Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian
Sepeda Motor Honda Scoopy Pada Pt. Daya Adicipta Wisesa*. Jurnal
EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 4(1).