

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AC POLYTRON  
DI KELURAHAN SENTOSA**



**SKRIPSI**

**Nama : M. Akbar Satria**

**Nim : 212017169**

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

**SKRIPSI**

**PENGARUH PRODUK, HARGA DAN DISTRIBUSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN AC POLYTRON  
DI KELURAHAN SENTOSA**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Nama : M. Akbar Satria**

**Nim : 212017169**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**TAHUN 2021**

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : M.Akbar satria  
Nim : 212017169  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : Pengaruh Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kelurahan Sentosa

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di instansi lainnya.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing.
3. 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.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palembang, April 2021



M.Akbar satria

Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah  
Palembang

### TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap  
Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kelurahan Sentosa  
Nama : M.Akbar satria  
NIM : 212017169  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen  
Kosentrasi : Manajemen Pemasaran

Diterima dan Disahkan  
Pada Tanggal April 2021

Pembimbing I ,



Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M  
NIDN : 0207046301

Pembimbing II,



Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si  
NIDN : 0221036902

Mengetahui,  
Dekan

u.b.Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Zalcha Tri Handayani, S.E., M.Si  
NIDN : 0229057501

**Motto :**

- ❖ “Boleh Jadi Kamu Membenci Sesuatu Padahal Ia Amat Baik Bagimu, Dan Boleh Jadi Pula Kamu Menyukai Sesuatu Padahal Ia Amat Buruk Bagimu, Allah Mengetahui Sedang Kamu Tidak Mengetahui” (QS : Al Baqarah : 216).
- ❖ “Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan) tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain) dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap (Q.S. Al-Insyirah: 6-8)

Terucap syukur pada MU ya Allah

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Ibu (Rayati) dan Bapak ku  
(Ahdian) Tercinta
- ❖ Adiku (Aliyah Nurul Ulfa)
- ❖ Yang Selalu Memberikan  
Support dan Semangat Aulia  
Nurfajriana
- ❖ Teman-temanku
- ❖ Almamater

# بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## PRAKATA

### *Assalamu'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillahirabbil'aalamiin, segala puja dan puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah subhanahu wa ta'ala atas berkat Rahmat, Hidayah serta Karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tuntas yang berjudul **“Pengaruh Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kelurahan Sentosa”**. Shalawat beriring salam semoga senantiasa tercurah kepada suri tauladan kita Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wasallam beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Penulis mohon maaf jika dalam skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan karena proses penyusunan skripsi tidaklah mudah dan butuh perjuangan yang berat. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tuaku Bapak Ahdian dan Ibu Rayati yang telah mendidik dengan penuh kasih sayang, mendoakan, memberi dorongan semangat dan motivasi bahkan membiayai sampai dengan peneliti menyelesaikan pendidikan ini.

Selanjutnya penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

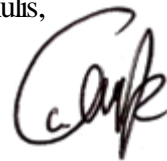
1. Bapak Dr. Abid Djazuli, S.E.,M.M selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Palembang.

2. Bapak Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Mister Candra, S.Pd. M.Si selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Bapak Sudarta S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr.Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si dan Bapak Gumar Herudiansyah, S.E., M.Si selaku Penelaah 1 dan Penelaah 2 dalam seminar proposal
6. Ibu Dr. Diah Isnaini Asiati, S.E, M.M dan Bpk Yudha Mahrom DS, S.E, M.Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
7. Seluruh keluarga besarku yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Sahaba-sahabat seperjuangan terbaikku angkatan 2017 (Yoga Bagaskara, Ahmad Raynaldi, Ade Julianto, Dedi Irwanto, M.Suryo, M.Nurohman, Fherdy Ramadhan, Frengkiardedi, Ario Daffa, Wayan Dedi, Azis Syaputra, Yopran Belgi) dan yang lainnya.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya semoga Allah Subahahu wa ta'ala membalas kebaikan selama penulisan skripsi ini. Semoga skripsi bermanfaat Aamiin ya abbal 'alamin

**Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakataatuh.**

Palembang, Agustus 2021  
Penulis,



**M.Akbar Satria**  
**NIM : 212017169**

## DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN PRAKATA .....	vi
HALAMAN DAFTAR ISI .....	viii
HALAMAN DAFTAR TABEL .....	x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR.....	xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRACK .....	xiv
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	
A. Landasan Teori .....	8
B. Penelitian Sebelumnya .....	22
C. Kerangka Pemikiran.....	24
D. Hipotesis.....	24



### BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian.....	25
B. Lokasi Penelitian.....	26
C. Operasionalisasi Variabel.....	27
D. Populasi dan Sampel.....	27
E. Data yang Diperlukan.....	29
F. Metode Pengumpulan Data.....	30
G. Analisis Data dan Teknik Analisis.....	31

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian.....	39
B. Pembahasan dan Hasil.....	56

### BAB V SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan.....	62
B. Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA.....	64
---------------------	----

LAMPIRAN .....	
----------------	--

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Table 1.1 Hasil prariset Merek AC yang Disukai Masyarakat .....	3
Table 1.2 Hasil prariset Masyarakat Tidak Suka AC Polytron.....	4
Tabel 2.1 Model Perilaku Konsumen.....	8
Tabel 2.1 Operasionalisasi Variabel.....	27
Tabel 4.1 Uji Validitas .....	39
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas.....	40
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan umur .....	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan.....	42
Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	43
Tabel 4.7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Variabel Produk .....	45
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel harga .....	47
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel Distribusi .....	49
Tabel 4. 10 Regresi Linier Berganda .....	51
Tabel 4.11 Hasil Uji Hipotesis ( Simultan ) F.....	53
Tabel 4.12 Hasil Uji t ( parsial ) .....	54
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi .....	59

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Kerangka Pemikiran.....	24

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran : Kuesioener
- Lampiran : Tabulasi
- Lampiran : Frekuensi Jawaban Responden
- Lampiran : Hasil Uji F, Uji t, dan Uji R, Koefisien Determinasi
- Lampiran : Tabel R
- Lampiran : Tabel F
- Lampiran : Tabel t
- Lampiran : Surat keterangan telah melakukan riset
- Lampiran : Bukti pelunasan BPP
- Lampiran : Kartu Aktivitas Bimbingan
- Lampiran : Sertifikat Komputer
- Lampiran : Plagiat Cheker
- Lampiran : Sertifikat SPSS
- Lampiran : Biodata Penulis

## ABSTRAK

### **M.Akbar Satria / 212017169 /2021 / Pengaruh Produk, Harga Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ac Polytron Di Kelurahan Sentosa**

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, 1) Adakah pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa.2) Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa,3) Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa, 4) Adakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa Jenis penelitian asosiatif. Varaibel yangg digunakan keputusan pembelian sebagai variabel dependent dan produk, harga, dan distribusi sebagai variabel independent. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat dikelurahan sentosa, dengan sampel sebesar 96 responden yang diambil secara *purposive sampling*. Data yang diperlukan adalah data primer dengan metode pengumpulan data kuesioner. Teknik analisis menggunakan regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan 1) Produk, harga, dan distribusi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian 2) ada pengaruh signifikan Produk terhadap terhadap Keputusan Pembelian 3) ada pengaruh positif Harga Terhadap Keputusan Pembelian 4) ada pengaruh signifikan Distribusi terhadap Keputusan Hasil koefisien determinasi menunjukkan variabel Produk, Harga dan Distribusi mampu berkontribusi terhadap Keputusan Pembelian sebesar 79,7 %.

**Kata Kunci : Pengaruh Produk, Harga ,Distribusi, Keputusan Pembelian**

## ABSTRACT

**M. Akbar Satria / 212017169 / 2021 / The Effects of Product, Price and Distribution on Polytron Air Conditioning Purchase Decision in Sentosa District**

The formulation of the problem in this study was 1) Was there any influence of product, price and distribution on purchasing decisions of polytron ac in Sentosa district 2) Was there any influence of product on purchasing decision of Polytron ac in Sentosa district 3) Is there any influence of price on purchasing decision of Polytron AC in Sentosa district 4) Was there any influence of distribution on purchasing decision of Polytron AC in Sentosa district. The type of this research was associative. The variables used the purchasing decision as dependent variable and product, price, and distribution as independent variables. The population in this study was the community in Sentosa district, with the sample of 96 respondents who were taken by purposive sampling. The data needed was primary data. The method of collecting data was questionnaire. The analysis technique used multiple linear regression. The results of the study showed 1) Product, price, and distribution had a significant effect on purchasing decision 2) There was a significant effect of Products on purchase decision 3) There was a positive influence of price on purchase decision 4) There was a significant distribution influence on decisions the results of the coefficient of determination showed the product variable, price and distribution were able to contribute to the Purchase Decision by 79.7%.

**Keywords: Product Effect, Price, Distribution, Purchase Decision**



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pemasaran sangat penting bagi semua bisnis, tidak memandang bisnis tersebut besar maupun kecil. Apabila dalam suatu bisnis tidak adanya pemasaran, maka konsumen tidak akan mengetahui tentang sebuah produk yang dihasilkan dari bisnis tersebut dan membuat penjualannya menjadi rendah. Tetapi dengan melakukan suatu pemasaran yang baik maka akan membuat banyak orang tahu tentang produk usaha bisnis anda, dan memungkinkan banyak konsumen yang tertarik, terlebih lagi produk usaha bisnis anda memiliki kualitas dan nilai inovatif, dan keunikan.

Salah satu kajian dalam pemasaran adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen adalah proses yang dilalui oleh seseorang/ organisasi dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan membuang produk atau jasa setelah dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya. Namun ada pula yang mengartikan Perilaku Konsumen sebagai hal-hal yang mendasari untuk membuat keputusan pembelian misal untuk barang berharga jual rendah maka proses pengambilan keputusan dilakukan dengan mudah sedangkan untuk barang berharga jual tinggi maka proses pengambilan keputusan akan dilakukan dengan pertimbangan yang matang.

Perilaku konsumen akan diperlihatkan dalam beberapa tahap yaitu tahap sebelum pembelian, pembelian, dan setelah pembelian. Pada tahap sebelum pembelian konsumen akan melakukan pencarian informasi yang terkait

produk dan jasa. Pada tahap pembelian, konsumen akan melakukan pembelian produk, dan pada tahap setelah pembelian, konsumen melakukan konsumsi (penggunaan produk), evaluasi kinerja produk, dan akhirnya membuang produk setelah digunakan atau kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang dan jasa termasuk di dalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-

Kajian perilaku konsumen juga dapat digunakan untuk mengamati penjualan pendingin ruangan. Penggunaan sistem pendingin semakin meningkat seiring dengan kebutuhan hidup manusia, dengan pengaplikasian yang sudah melingkupi berbagai segi aspek kehidupan, mulai dari industri makanan, industri kimia, hotel, rumah sakit, penerbangan, perlayarandan lain sebagainya. Salah satu jenis sistem pendingin yang sering kita temukan adalah pengkondisian udararuangan yang disebut juga dengan AC (Air Conditioning). AC pada umumnya bekerja berdasarkan prinsip kompresi uap, dimana terdapat beberapa komponen utama yakni kompresor, kondensor, katup ekspansi dan evaporator.

Komponen-komponen tersebut memiliki fungsi yang berbeda-beda, yang nantinya disusun dan dihubungkan sedemikian rupa sehingga membentuk fungsi baru yakni untuk mengkondisikan udara suatu ruangan, seperti ruangan rumah. Dalam pengoperasiannya, AC memerlukan aliran listrik, dan hampir seluruh komponen utamanya memerlukan listrik, serta biaya penggunaan aliran listrik inilah yang menjadi patokan kita untuk bisa dihemat



pemakaiannya. Pemakaian AC diharapkan mampu mengkondisikan udara yang ada pada ruangan, sehingga didapatkan ruangan yang dingin, sejuk dan nyaman. Untuk mencapai tujuan tersebut ada beberapa faktor yang dapat mempengaruhi antara lain adalah performance dari AC yang digunakan.

Perkembangan ilmu dan teknologi pada era sekarang sangatlah pesat dari peningkatan kemampuan, keterampilan dan profesionalisme sumber daya manusia. Berbagai usaha peningkatan telah dilakukan pada semua bidang termasuk dalam bidang otomotif. Perkembangan teknologi pada bidang otomotif berperan cukup besar terhadap kemajuan bidang-bidang lainnya. Untuk itu perlu adanya tenaga- tenaga ahli dalam bidang ini, Pada masa era globalisasi ini kenyamanan pada mobil dan ruangan sangatlah diperlukan, industri berlomba-lomba menciptakan inovasi baru untuk menambah kenyamanan mobil dan ruangan yang mereka produksi salah satunya dengan pengaturan suhu, kelembaban udara, dan kebersihan didalam ruangan. Peneliti melakukan pra riset untuk mengetahui merek AC yang diminati masyarakat. Hasil prariset menunjukkan sebagai berikut :

**Table 1.2**

**Merek AC yang Disukai Masyarakat**

Polytron	Samsung	Panasonic	Jumlah
<b>10</b>	18	21	49

Sumber: Pertanyaan kepada masyarakat kelurahan Sentosa, 2020.

Berdasarkan tabel tersebut tampak Polytron merupakan merek AC yang kurang diminati. Oleh karena itu peneliti bertanya lebih lanjut kepada

konsumen tentang alasan tidak suka dengan merek Polytron. Alasan tersebut dapat ditabelkan sebagai berikut:

**Table 1.2**  
**Alasan Masyarakat Tidak Suka AC Polytron**

no	Alasan masyarakat tidak tertarik	Jumlah orang
1	Proses pendinginan butuh waktu yang lama	7
2	Suku cadang Susah ditemukan di pasaran	6
3	Mahalnya biaya listrik	10
4	Proses perawatan dan perbaikan susah	6
5	Harga AC Polytron cukup mahal	7
6	Mahalnya alat-alat AC merk Polytron	6
	Total	42

Sumber: Pertanyaan kepada masyarakat kelurahan Sentosa,2020

Berdasarkan alasan masyarakat tidak suka AC Polytron didapatkan sebagai berikut :

1. Harga (price)

Variabel harga terbentuk dari indikator 1 “mahalnya biaya listrik” yang mana indikator tersebut menandakan adanya jumlah uang yang cukup banyak untuk dikeluarkan saat membayar tagihan listrik, serta Indikator 2 “Harga AC Polytron cukup mahal” dan indikator 3 “Mahalnya alat-alat AC merk Polytron” yang mana indikator tersebut menandakan mahalnya harga serta sepepat atau alat AC Polytron yang

membuat masyarakat kurang berminat untuk menggunakan merk tersebut.

## 2. Produk

Variabel Produk terbentuk dari indikator 1 “Proses pendinginan butuh waktu yang lama”, serta indikator 2 “Susah ditemukan di pasaran” dan indikator 4 “Proses perawatan dan perbaikan susah” yang mana indikator tersebut menandakan adanya masalah dalam perbaikan

## 3. Distribusi

Khawatiran dalam menggunakan dan merawat AC dan sangat sulit mencari suku cadang merk AC Polytron dipasaran.

Dalam dunia bisnis, apabila suatu produk yang dihasilkan tidak sesuai dengan orientasi “kepuasan pelanggan” maka produk yang dihasilkan akan tidak dilirik konsumen. Hal ini yang akan membuat kelangsungan suatu perusahaan tersebut gagal. Namun untuk mendapatkan kepuasan pelanggan tidaklah mudah karena tingkat kepuasan pelanggan sangatlah berbeda beda walaupun membutuhkan produk yang sama.

Pelaku bisnis alat penjualan pendingin ruangan (Air Conditioner/AC) dari PT Electronic Solution Indonesia (ESI) Dicky Chandra Arianus mengatakan bahwa penjualan AC Polytron di Indonesia pada saat ini mengalami penurunan sebanyak 70%, “penurunan penjualan tersebut dikarenakan rencana pemerintah menaikkan tarif dasar listrik. Akibat muncul dari kekhawatiran masyarakat terhadap kenaikan tarif dasar listrik, banyak orang yang beralih menggunakan kipas angin karena harganya yang murah dan hemat listrik.

Lesunya perekonomian di Indonesia menjadi salah satu penyebab penurunan pembelian produk elektronik seperti AC merk Polytron. Lesunya aktivitas perekonomian seperti pedagang elektronik di pasar, bersamaan dengan catatan pertumbuhan ekonomi Indonesia pada triwulan III-2019 yang hanya mampu bergerak di angka 5,02% atau dalam tren melambat. Kondisi ekonomi Indonesia belakangan selama 3 tahun walaupun di atas 5% tumbuh, dari industri merasa tak begitu *happy*, karena daya beli cenderung turun, ini mungkin ada efek dari internasional. Di Indonesia sangat menderita untuk menjual lokal market.

Menurunnya penjualan AC Polytron dapat mengakibatkan menurunnya juga keputusan pembelian akan sebuah produk. Hal tersebut dapat diatasi dengan menganalisa kembali bauran pemasaran yang ada didalam perusahaan tersebut, agar proses keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk dapat memberikan hasil yang positif.

Dikarenakan adanya fenomena tersebut maka penulis berniat untuk melakukan penelitian mengenai Pengaruh Produk, Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian AC Polytron Di Kelurahan Sentosa.

## **B. Rumusan Masalah**

1. Adakah pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?
2. Adakah pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?

3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?
4. Adakah pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?

### **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh produk, harga dan distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?
2. Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?
4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi terhadap keputusan pembelian ac polytron di kelurahan sentosa ?

### **D. Manfaat Penelitian**

1. Bagi Penulis.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran praktek dari teori yang selama ini diperoleh selama perkuliahan, khususnya dalam konsentrasi Pemasaran serta dapat meningkatkan kemampuan menganalisis suatu masalah melalui penelitian secara langsung di instansi.

2. Bagi Almamater

Hasil penelitian dapat menjadi salah satu sumber referensi untuk peneliti selanjutnya, khususnya penelitian yang memiliki topik relatif sama.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dina Ristiani Dan Yolanda (2018). *Pengaruh Produk dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian AC Panasonic serta Implikasinya terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal EMBA Vol 2 Nomor 3 Tahun 2018.
- Fandy,Tjiptono, (2008), *Definisi Kualitas Produk dan indikator manajemen pemasaran* (online),://articielmu.com/?tag=metodelogi penelitian.
- Harman Malau., 2017., *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta, Bandung.
- Hasan, M.Iqbal.2008.*Pokok – Pokok Materi Statistika 1 (Statistika Deskriptif) Edisi Kedua*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, (2008). *Definisi Kualitas Produk Manajemen Pemasaran* (online),://articielmu.com/?tag:Keputusan Pembelian
- Kotler dan Keller. 2016. *Keputusan pembelian dan indikator manajemen pemasaran* (online),://articielmu.com/?tag:Keputusan Pembelian.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane (2008), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12, PT.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Ketigabelas.
- Lupiyoadi , Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Rambat,Lupiyoadi.2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Peter dan Olson. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Edisi Kesembilan. Diterjemahkan oleh: Diah Tantri Dwiandani. Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Setyo Kuncoro (2017). *Pengaruh judul Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Service Ac (Air Conditioning) Merek Changhong Di Authorized Service Centre Pt. Changhong Pontianak.. E-Journal Academy : Vol.2 Nomor 8 Tahun 2017*.

Stanton, William J, 2000, Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1 Edisi ke 3, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D). Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy, dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategi. Yogyakarta, ANDI.