PENGARUH MERK, HARGA, DAN GAYA HIDUP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Ahmad Ilham

212019038

PROGAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

2023

PENGARUH MERK, HARGA, DAN GAYA HIDUP KONSUMENTERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE OPPO DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

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

Ahmad Ilham
212019038

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
2023

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Ilham

NIM : 212019038

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar Akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun di perguruan tinggi lain.
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 ketidakbenaran 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, 2023

Ahmad Ilham

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Nama	: Ahmad Ilham
NIM	: 212019038
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Manajemen
Konsentrasi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada tanggal

Pembimbing I	Pembimbing II
Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.S	**Nadia Afriliana, S.E., M.Si**
NIDN : 0216057001	**NIDN : 0219048501**

Mengetahui,

Dekan

u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Dr. Zaleha Trihandayani, S.E., M.Si

NIDN : 0229057501

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL LUAR i

HALAMAN JUDUL ii

HALAMAN BEBAS PLAGIAT iii

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI iv

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN v

HALAMAN PRAKATA vi

DAFTAR ISI ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

DAFTAR LAMPIRAN xiii

ABSTRAK xiv

ABSTRACT xv

BAB 1 PENDAHULUAN 1

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 11

C. Tujuan Penelitian 11

D. Manfaat Penelitian 12

BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS 13

A. Landasan Teori 13

B. Penelitian Sebelumnya 35

C. Kerangka Pemikiran 40

D. Hipotesis 42

BAB III METODE PENELITIAN 43

A. Jenis Penelitian 43
B. Lokasi Penelitian 44
C. Operasional Variabel 44
D. Populasi dan Sampel 45
E. Data Yang Diperlukan 47
F. Metode Pengumpulan Data 47
G. Analisis Data dan Teknik Analisis 48
B. Saran 88
DAFTAR PUSTAKA 90
LAMPIRAN

HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

"Only you can change your life. Nobody else can do it for you"

Tidak ada ujian yang tidak bisa diselesaikann tidak ada kesulitan yang melebihi batas kesanggupan. Karena "Allah tidak akan memberi membebani seseorang melainkan sesuai dengan kadar kesanggupannya"

(QS AL-Baqarah : 286)

Halaman Persembahan :

1. **Kedua orang tua saya tercinta, Bapak Rustam Dani & Ibu Herawati yang selalu memberikan kasih sayang, support, pengorbanan bapak ibu selama ini, doa-doa yang terus mereka panjatkan serta motivasi yang terus mereka berikan dengan penuh rasa sabar terus membimbing saya sehingga dapat memberikan saya kekuatan untuk terus terus berjuang.**
2. **Untuk saudaraku tersayang, teman orang terdekat yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini**
3. **Dosen beserta Almamater Universitas Muhammdiyah Palembang**

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَٰنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wa Barokatuh.

Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan berkah, rahmat, hidayat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang" 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.

Ucapan terimakasih penulis sampaikan kepada kedua orang tuaku tercinta telah merawat, mendidik, mendo'akan dan memberikan dorongan semangat kepada penulis dengan penuh cinta dan kasih sayang.

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. Selesainya 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. Bapak Yudha Mahrom, DS, S.E., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Dr. Zaleha Tri Handayani, S.E., M.Si. dan Bapak Mister Candera, S.Pd., M.Si. selaku Ketua dan Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu Dr. Hj. Kholillah, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik
5. Ibu Dr. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si dan Ibu Nadia Afrilliana, S.E., M.Si. selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah banyak membantu dan membimbing dalam penyususnan skripsi saya yang telah membimbing saya dalam penyelesaian skripsi saya dengan penuh kesabaran menghadapi saya.
6. Bapak dan Ibu dosen pengajar serta seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
7. Keluarga tercinta, dan teman-teman saya yang terkasih terutama kedua orang tua, yang selalu mendoakan dan suport saya selama perkuliahan ini dan sampai dititik akhir skripsi terimakasih atas segala yang telah diberikan kepada saya dan tak lupa juga untuk keluarga besarku yang telah memberikan semangat dan doa untuk kelancaran skripsiku.
8. Semua pihak yang telah ikut membantu dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu oleh penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kesalahan dan

kekurangan mengingat keterbatasan kemampuan dan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritikan dari pembaca serta bervagai pihak yang sifatnya konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini, atas perhatian dan masukan penulis ucapkan terimakasih.

Palembang, Agustus 2023

Ahmad Ilham

ABSTRAK

Ahmad Ilham/ 212019038 /2023/ Pengaruh Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh merk, harga, dan gaya hidup konsumen terhadap keputusan pembelian handphone oppo di fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah palembang, baik secara simultan maupun secara parsial. Populasi penelitian ini adalah seluruh mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang, dengan sampel sebanyak 100 responden. Jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Tehnik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Tehnik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda, uji hipotesis F dan t serta koefisien determinasi. Hasil analisis regresi linear berganda menunjukkan bahwa ada pengaruh positif antara Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji F menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil uji t menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil koefisien determinasi menunjukkan kontribusi perubahan Merk, Harga, Dan Gaya Hidup Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian sebesar 42,2% dan sisanya sebesar 57,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Merek, Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Ahmad Ilham/ 212019038 /2023/ The Influence of Brand, Price, and Consumer Lifestyle on Purchasing Decisions of Oppo Mobile Phones at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang

This study aims to determine the effect of brands, prices, and consumer lifestyles on purchasing decisions for oppo cellphones at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University, Palembang, both simultaneously and partially. The population of this study were all faculties of economics and business at Muhammadiyah Palembang University. The research sample used was 100 respondents. The types of data used are primary data and secondary data. The data collection technique used is a questionnaire. The data analysis technique used is multiple linear regression analysis, testing the F and t hypotheses and the coefficient of determination. The results of multiple linear regression analysis show that there is a positive influence between brands, prices, and consumer lifestyles on purchasing decisions for Oppo cellphones at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The results of the F test show that there is a significant influence of brand, price and consumer lifestyle on purchasing decisions for Oppo cellphones at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The results of the t test show that there is a significant influence of brand, price, and consumer lifestyle on purchasing decisions for Oppo cellphones at the Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Palembang. The results of the coefficient of determination show that the contribution of brand, price, and consumer lifestyle changes to purchasing decisions for Oppo mobile phones at the Faculty of Economics and Business, Muhammadiyah University of Palembang is 42.2% and the remaining 57.8% is explained by other variables not included in this study.

Keywords: Brand, Price, Lifestyle, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran merupakan konsep yang diperlukan oleh semua organisasi, tidak peduli apakah organisasi yang berorentasi pada profit maupun non-profit, organisasi yang kecil, sedang, maupun besar, dan organisasi swasta maupun pemerintah. Setiap organisasi memerlukan konsep pemasaran guna mengarahkan kegiatannya pada berbagai hal yang menjadi kebutuhan dan keinginan manusia.

Menurut Buchari Alma (2013: 96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *proccess* sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang dibeli. Selain itu Machfoedz (2013: 44) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penilaian dan pemilihan dari berbagai alternatif sesuai dengan kepentingan-kepentingan tertentu dengan menetapkan suatu pilihan yang dianggap paling menguntungkan. Berdasarkan beberapa definisi para ahli, penulis dapat menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah salah satu konsep dari perilaku konsumen baik individu, kelompok ataupun organisasi yang menetapkan suatu pilihan yang dianggap memuaskan atau menguntungkan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2013:181) pada umumnya, keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling

disukai tetapi dua faktor bias berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian.

Selain itu juga, pemasaran dapat diartikan sebagai fungsi bisnis yang mengidentifikasi dan memenuhi kebutuhan pelanggan dan sosial dengan cara yang menguntungkan (Kotler dan Keller, 2018:5), oleh karena itu pemasaran dinilai sangat penting karena peranannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Telepon seluler atau ponsel merupakan produk yang menunjukkan kecanggihan teknologi komunikasi. Pada masa ini *handphone* menjadi teknologi mutakhir yang dapat digunakan semua lapisan umur karena tidak hanya sebagai alat komunikasi biasa tapi juga dapat mengakses berbagai aplikasi yang dapat digunakan dari usia anak-anak sampai usia dewasa. Menurut Wakil Presiden Eksekutif PT Symbian OS David Wood, Telepon pintar dapat dibedakan dengan telepon genggam biasa dengan dua cara fundamental: bagaimana mereka dibuat dan apa yang mereka bisa lakukan. *Handphone* adalah perangkat ponsel yang bisa digunakan untuk berkomunikasi dasar(sms dan telepon), tapi juga di dalamnya terdapat fungsi Personal Digital Assistant (PDA) dan dapat bekerja layaknya sebuah komputer mini.

Dengan adanya berbagai merk *handphone* saat ini tentu saja membuat konsumen melakukan pemilihan sebelum melakukan keputusan pembelian. Pemilihan ini dapat didasarkan oleh berbagai faktor salah satunya adalah merk. Merk sebuah *handphone* merupakan sampul pada *handphone* tersebut. Beberapa merk yang sudah dikenal di kalangan konsumen menjadikan konsumen memilih produk tersebut. Merk yang dikenal oleh konsumen memudahkan konsumen

untuk mencari tahu lebih banyak informasi mengenai *handphone* yang akan ia beli.

Selanjutnya juga terdapat faktor harga, harga yang terjangkau ataupun harga yang sesuai dengan produk yang didapatkan oleh konsumen menjadikan memberikan rangsangan bagi konsumen untuk melakukan pembelian atas produk tersebut.

Kemudian ada juga faktor gaya hidup. Beberapa konsumen melakukan pembelian terhadap *handphone* bukan juga dikarenakan kebutuhan namun dikarenakan gaya hidup. *Handphone* dengan harga yang mahal dan fitur yang canggih mungkin tidak terlalu dibutuhkan dalam pekerjaan sehari-hari tetapi untuk gaya hidup, seorang konsumen dapat melakukan pembelian terhadap *handphone* tersebut.

Oppo *Handphone* adalah salah satu merek *handphone* yang berasalah dari negara China yang sudah masuk ke Indonesia. Alasan memilih perusahaan Oppo *Handphone* sebagai tempat untuk melakukan penelitian karena Oppo *Handphone* adalah suatu produk yang baru saja muncul di Indonesia. Persaingan didunia teknologi yang semakin lama kian menarik dan Oppo *Handphone* salah satu pabrikan *handphone* yang namanya sudah mulai dikenal dikalangan masyarakat khususnya di Palembang.

Oppo *Handphone* tidak dalam posisi teratas dalam jumlah penjualan yang dikarenakan minimnya bauran promosi yang dilakukan oleh Oppo *Handphone*, dan ketatnya persaingan yang terjadi di era *Handphone*. Guna meningkatkan penjualan, Oppo *Handphone* harus lebih memperhatikan strategi untuk dapat

meningkatkan penjualan. Sesuai dengan literatur yang ada, keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh merk, harga dan Gaya Hidup .

Tabel I.1
Merk *Handphone* Yang Di Minati

NO	Pernyataan Survey Mahasiswa FEB UM Palembang	30 Responden		
		Suka	Tidak Suka	Jumlah
1	Iphone	26	4	30
2	Xiaomi	20	10	30
3	Samsung	18	12	30
4	Vivo	8	22	30
5	Oppo	2	28	30

Sumber: Hasil pra penelitian,2022

Dilihat dari pra penelitian yang dilakukan dengan menggunakan kusioner di atas, bahwa Oppo sudah tertinggal oleh para pesaingnya, dan juga jumlah minat konsumen terhadap *handphone Oppo* turun sangat jauh dibandingkan para kompetitornya, konsumen juga memberikan keterangan dan alasan mengapa mereka kurang tertarik pada produk *handphone Oppo.*

Tabel I.2
Alasan Oppo disukai

NO	Pernyataan Survey Mahasiswa FEB UM Palembang	30 Responden		
		Ya	Tidak	Jumlah
1	Kualitas Oppo baik dibanding *handphone* lain	7	23	30
2	Desain Oppo *handphone* menarik	10	20	30
3	Harga sesuai dengan produk yang ditawarkan	13	17	30
4	Harga Oppo *handphone* cukup terjangkau dibandingkan harga *handphone* lain yang serupa	14	16	30
5	Oppo *handphone* bisa dipesan melalui online	14	16	30

6	Metode pembayaran oppo *handphone* mempermudah konsumen	22	8	30
7	Oppo *handphone* memiliki iklan untuk produk baru atau yang sedang dipromosikan	13	17	30
8	Oppo *handphone* memiliki promosi penjualan yang menguntungkan konsumen	14	16	30

Sumber: Hasil pra penelitian, 2022

Berdasarkan tabel di atas bisa di lihat beberapa alasan produk Oppo *handphone* kurang diminati, antara lain: Pernyataan nomor 1 dan 2 yang berhubungan dengan indikator *product*, Oppo memiliki kualitas yang belum cukup baik bila dibandingkan dengan produk *handphone* dari brand lain yang merupakan pesaing Oppo. Kemudian desain Oppo juga dinilai kurang menarik untuk setiap produknya. Produk Oppo *handphone* cenderung memiliki desain yang hampir mirip dari produk keluaran terbaru dengan produk periode sebelumnya.

Selanjutnya untuk pernyataan nomor 3 dan 4 yang berkaitan indikator Harga. Harga Oppo *handphone* terbilang cukup mahal bagi konsumen sehingga harga yang ditwarkan dinilai tidak sesuai. Harga ini juga ternyata tidak membuat Oppo *handphone* unggul dibandingkan para pesaingnya.

Kemudian untuk pernyataan nomor 5 dan 6 yang berkaitan dengan indikator *place*, Oppo *handphone* masih unggul dibandingkan pesaingnya dikarenakan metode pembayaran untuk Oppo *handphone* dapat dilakukan dalam berbagai cara termasuk *cashless* sehingga menguntungkan konsumen terlebih lagi dimasa pandemi ini. Namun sayangnya untuk pemesanan belum bisa menggunakan metode online.

Selanjutnya pada pernyataan nomor 7 dan 8 berkaitan dengan indikator *promotion*, Oppo *handphone* tidak memiliki iklan untuk setiap produk barunya sehingga calon konsumen mengetahui produk baru yang dikeluarkan Oppo melalui media lain dan kemudian mencari informasi kemudian barulah calon konsumen akan diberikan informasi mengenai adanya produk baru tersebut.

Tabel I.3
Pra riset Keputusan Pembelian Smartphone Oppo

NO	Pernyataan Survey Mahasiswa FEB UM Palembang	30 Responden		
		Ya	Tidak	Jumlah
1	Oppo *handphone* memiliki berbagai pilihan produk yang menarik	8	22	30
2	Oppo *handphone* memiliki produk yang selalu berinovasi	10	20	30
3	Merk Oppo *handphone* memiliki daya Tarik	12	18	30
4	Merk Oppo *handphone*tidak kalah saing dibanding merk lain	13	17	30
5	Handphone Oppo banyak tersedia di counter terdekat	14	16	30
6	Handphone Oppo mudah diperoleh	14	16	30

Sumber: Hasil pra penelitian, 2022

Berdasarkan hasil prariset dapat diketahui bahwa minat terhadap pembelian Oppo *handphone* masih kurang disebabkan oleh beberapa alasan. Berdasarkan fenomena-fenomena di atas, peneliti mengambil judul Pengaruh Merk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian *Handphone Oppo* di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

B. Rumusan Masalah

Bedasarkan uraian latar belakang masalah, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini:

1. Adakah pengaruh merk, harga dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
2. Adakah pengaruh merk terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
3. Adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?
4. Adakah pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang ?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh merk, harga dan Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
2. Untuk mengetahui pengaruh merk terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

4. Untuk mengetahui pengaruh Gaya Hidup konsumen terhadap keputusan pembelian handphone Oppo di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

   Sebagai pengetahuan untuk menambah wawasan sehingga dapat mengetahui lebih dalam tentang bagaimana suatu pemasaran, terutama di bidang ekonomi manajemen dan dapat menerapkan ilmunya dalam penelitian ataupun dapat digunakan jika kita membangun suatu usaha.

2. Bagi Almamater

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

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.

Andi Sumarwan, Ujang. (2017). *Perilaku Konsumen*. Bogor : Ghalia Indonesia.

Asiati, Diah Isnaini, Dkk. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Palembang :
Noerfikri.

Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran* Edisi 4. Yogyakarta : Andi

Hurriyati, Ratih. (2019). *Bauran Pemamsaran dan Loyalitas konsumen*. Bandung: Alfabetha

Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi : Ke 13. Jakarta:Erlangga

Kotler dan Philip. (2003). *Marketing Managemen 11th Edition*. Prentice Hall.inc New Jersey.

Kotler, Philip dan Gray Amstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta :Erlanga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2012). *Marketing Management* 14 thed. New Jersey : Person Education.

Kotler, Philip dan Gray Amstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi :13. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller. K.L. (2018). *Manajemen Pemasaran* Edisi : 13Bahasa Indonesia Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2019). *Principle of Marketing*, 17e Global Edition. New York, Pearson, Education Limited.

Kotler, Philip. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga

M. Iqbal. Hasan. (2015). *Pokok-Pokok materi statistik 2*. Edisi Kedua. Penerbit PT Bumi Aksara, Jakarta

Setiadi, Nugroho J. (2010). *Perilaku konsumen*,Kencana, Jakarta : Erlangga

Sugiyono. (2007). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,Kombinasi dan R&D. Jakarta. CV Alfabeha

Sunyoto. (2015). Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Center For AcademicPublishing Service