PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA VARIO DI FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

SKRIPSI

Untuk Memperoleh Salah Satu Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana

Nama : Dila Febriliantina

NIM : 212015218

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PALEMBANG

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

2019

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dila Febriliantina

NIM : 212015218

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang

Dengan ini saya menyatakan :

1. Karya tulis ini adalah asli dan belumpernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Sarjana Strata 1 baik di Universitas Muhammadiyah Palembang maupun diperguruan 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 sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh karena karya ini serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Palembang, 2019

METERAI TEMPEL 25588AFF912736844 6000 ENAM RIBU RUPIAH

Dila Febriliantina

Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah
Palembang

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Judul	: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang
Nama	: Dila Febriliantina
NIM	: 212015218
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	: Pemasaran

Diterima dan Disahkan

Pada Tanggal

Palembang, Juni 2019

Pembimbing I	Pembimbing II
DR. Trismarty AM, S.E., M.M	**Mardiana Puspasari, S.E., M.Si**
NIDN: 0019026101	**NIDN: 0226107001**

Mengetahui
Dekan
u.b. Ketua Program Studi Manajemen

Hj. Maftuhah Nurrahmi, S.E., M.Si
NIDN : 0216057001

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

- *"Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai kesanggupan" (Q.S Albaqarah : 286)*
- *Sebait doa orang tuaku penentu kehidupan ku dimasa yang akan datang*
- *Sesuatu jika dikerjakan dengan penuh keyakinan hati nurani, tulus dan ikhlas yakinlah Allah SWT akan mempermudahnya.*
- *Terlambat lulus atau lulus tepat waktu bukan kejahatan, bukan sebuah aib,alangkah kecilnya jika mengukur kepintaran seseorang hanya dari siapa yang paling cepat lulus bukankah sebaik – baiknya skripsi adalah skripsi yang selesai? Baik itu selesai tepat waktu maupun tidak tepat waktu.*

Terucap syukur kepadamu
Ya Allah.....
Skripsi ini kupersembahkan kepada:

- *Ayahanda Supriadi dan Ibunda Nila Kencana*
- *Saudara – saudaraku*
- *Pembimbing Skripsiku*
- *Sahabat Yang Selalu Ada Dan Membatuku*

PRAKATA

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Puji syukur kepada Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi ini yang berjudul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang".** Skripsi ini adalah syarat untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih gelar sarjana Ekonomi program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang. Pada kesempatan ini penulis secara khusus mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak DR. Abid Djazuli S.E, M.M, selaku rektor Universitas Muhammadiyah palembang.
2. Bapak Drs. H. Fauzi Ridwan, M.M, selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
3. Ibu Hj Maftuhah Nurrahmi S.E, M.Si, dan Ibu DR. Diah Isnaini S.E,MM selaku ketua dan wakil ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.
4. Ibu DR. Trisniarty Adjeng Moelyatie, S.E, M.M selaku Pembimbing Akademik.
5. Ibu Trisniarty Adjeng Moelyatie, SE. MM dan ibu Mardiana Puspasari, SE. MM selaku pembimbing skripsi yang telah banyak membantu dan meluangkan waktu sampai selesai skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pada jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unuversitas Muhammadiyah Palembang.

7. Kedua orang tuaku Ibunda Nila Kencana dan Ayahanda Supriadi yang telah memberikan dorongan dan Do'a serta restunya.
8. Teman seperjuanganku sekaligus sahabat skripsiku Rendi, Wina, Wijaya ,Okky, Stella dan Afriska yang telah banyak membantu dan memberikan dukungannya.
9. Teman kosanku Meita, Ira, Tari yang selalu menghiburku dikala merasa jenuh saat mengerjakan skripsi, terima kasih atas dukungan dan motivasinya.
10. Terima kasih untuk Mia Youlandha Anggraini yang selalu mengantar dan menjemputku untuk melakukan bimbingan ,terima kasih sudah banyak membantu dan memotivasi.
11. Teman-teman di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.
12. Terima kasih untuk Reza Aditya Riski Tullah yang telah member saya motivasi, dorongan dan dukungan agar saya tidak malas dan tentu saja . Terima Kasih sekali lagi saya ucapkan karena telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini.
13. Dan teman-teman yang lain yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga amal dan budi baik kalian mendapat imbalan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan Skripsi ini masih terdapat kekurangan. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan ilmu dan pengetahuan

yang penulis miliki. Untuk ini penulis mengharapkan saran dan kritik dar pembaca yang bersifat membangun demi sempurnanya skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Palembang, Juni 2019
Penulis

Dila Febriliantina

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT ii
HALAMAN PENGESAHAAN iii
HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN iv
HALAMAN PRAKATA v
HALAMAN DAFTAR ISI viii
HALAMAN DAFTAR TABEL x
HALAMAN DAFTAR GAMBAR xi
HALAMAN DAFTAR LAMPIRAN xii
ABSTRAK xiii
ABSTRACT xiv

BAB I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah 1

B. Rumusan Masalah 7

C. Tujuan Penelitian 7

D. Manfaat Penelitian 7

BAB II. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

A. Landasan Teori 9

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 25

E. Data Yang di Perlukan 26

F. Metode Pengumpulan Data 27

G. Analisis Data dan Teknik Analisis 28

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian..... 35

B. Pembahasan Hasil Penelitian 61

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan 70

B. Saran 71

DAFTAR PUSTAKA 72

LAMPIRAN .....

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Tabel Hasil Pra Riset 5
Tabel III.1 Operasionalisasi Variabel 24
Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas..... 44
Tabel IV.2 Hasil Uji Realibilitas 45
Tabel IV.3 Hasil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 46
Tabel IV.4 Hasil Responden Berdasarkan Usia 47
Tabel IV.5 Hasil Responden Berdasarkan Angkatan 48
Tabel IV.6 Variabel Keputusan Pembelian 48
Tabel IV.7 Variabel Kualitas Produk 46
Tabel IV.8 Variabel Harga 54
Tabel IV.9 Analisis Regresi Linier Berganda 57
Tabel IV.10 Hasil Uji F (Simultan) 58
Tabel IV.11 Hasil Uji t (Parsial)..... 59
Tabel IV.12 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) 60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Perilaku Konsumen 10
Gambar 2.2 Kerangka Pemikir 21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner
Lampiran 2 : Uji Validitas Keputusan Pembelian
Lampiran 3 : Uji Validitas Kualitas Produk
Lampiran 4 : Uji Validitas Harga
Lampiran 5 : Uji Realibilitas Keputusan Pembelian
Lampiran 6 : Uji Reabilitas Kualitas Produk
Lampiran 7 : Uji Reabilitas Harga
Lampiran 8 : Karakteristik Responden
Lampiran 9 : Hasil Karakteristik Responden
Lampiran 10 : Jawaban Responden
Lampiran 11 : Frekuensi Hasil Jawaban Responden
Lampiran 12 : Hasil Uji F (simultan)
Lampiran 13 : Hasil Uji t (Parsial)
Lampiran 14 : Tabel r,F,t
Lampiran 15 : Kartu Aktivitas
Lampiran 16 : Surat Riset
Lampiran 17 : Sertifikat TOEFL
Lampiran 18 : Sertifikat AIK
Lampiran 19 : Biodata Penulis
Lampiran 20 : Plagiarism Checker

ABSTRAK

Dila Febriliantina / 212015218 / 2019 / Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang / Pemasaran

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Penelitian ini termasuk penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden, dengan teknik sampling yang digunakan adalah *pisposive sampling*. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer. Dengan metode pengumpulan data kuisioner (angket)

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian inii adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan $Y = 1,147 + 0,259X_1 + 0,40\ X_2$, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisinis Universitas Muhammadiyah Palembang. Hasil uji F yang menunjukkan 15,071 > 3,07, artinya kualitas produk dan harga mempengaruhikeputusan pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang.

Kata Kunci : Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemasaran menurut Kotler dan Keller (2009:5) merupakan suatu fungsi organisasi dan serangkaian proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan memberi nilai kepada pelanggan untuk mengelolah hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan pemangku kepentingannya, karena kita memandang manajemen pemasaran (*marketing management*) sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan meraih, mempertahankan serta menumbuhkan pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul.

Perkembangan industri otomotif dunia sangat cepat pesat dan cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan permintaan konsumen akan sarana transportasi yang memadai. Terbukti dari semakin ramainya jalanan kota dan lalu lintas yang semakin padat oleh kendaraan motor. Serta diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Keputusan Pembelian Konsumen adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua perilaku alternatif atau lebih dan memilih salah satu di antaranya (Etta Mamang Sangadji dan Sopiah, 2013 :121).Tingkat keterlibatan konsumen dalam suatu pembelian dipengaruhi oleh stimulus (rangsangan). Dengan perkataan lain, apa seseorang merasa terlibat atau tidak terhadap suatu produk ditentukan apakah dia merasa penting atau tidak

dalam pengambilan keputusan pembelian produk atau jasa.

Kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan serta atribut bernilai lainnya. Menurut, Kotler dan Keller (2012 : 121) jika perusahaan ingin berkembang apalagi harus meraih keuntungan, mereka tidak lagi punya pilihan selain mengadopsi konsep kualitas. Ini menunjukan jika kualitas memiliki pengaruh terhadap pelanggan. Pelanggan tentunya tidak akan membeli produk yang tidak bisa memenuhi harapan, produk yang mempunyai kualitas baik, seperti handal, cepat, ketahanan memiliki karakteristik yang berbeda serta memiliki spesifikasi yang sesuai keingginan pelanggan akan membuat pelanggan akanmmersa puas dan tertarik, maka tinggi keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian.

Harga ialah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen,lain menghasilkan biaya. Menurut, Kotler dan Keller (2009 : 67). Menurut Kotler dan Keller (2009 : 76) Ketika konsumen membeli suatu produk, mereka menukar suatu nilai (harga) untuk mendapatkan suatu nilai lain (manfaat karena memiliki atau menggunakan produk) pelanggan mengangap bahwa harga lebih tinggi dari nilai produk, maka tidak akan membeli produk jika pelanggan menggangap harga dibawah nilai produk, maka akan membeli produk tersebut.

Perkembangan industri otomotif dunia sangat cepat serta cenderung meningkat tiap tahunnya, seiring dengan kebutuhan dan permintaan konsumen akan sarana transportasi yang memadai. Terbukti dengan semakin ramainya jalanan kota dan lalu lintas yang semakin padat oleh kendaraan motor. Serta

diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan tempat ataupun bagian serta mempertahankan pangsa pasar yang ada.

Pesatnya pertumbuhan industri sepeda motor di Indonesia juga dipengaruhi oleh masuknya sejumlah produsen sepeda motor dari luar yang rata-rata dari Jepang dan Cina. Persaingan bisnis yang dihadapi perusahaan-perusahaan pada saat ini semakin ketat, hingga menuntut manajemen perusahaan untuk lebih cermat dalam menentukan strategi bersaingnya, agar dapat memenangkan persaingan yang dihadapi. Manajemen perusahaan dituntut dapat mendesain dan mengimplementasikan strategi pemasaran yang mampu mempertahankan dan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap produk dan harga yang ditawarkan perusahaan. Dalam meningkatkan persaingan perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan harga yang terjangkau.

Melihat dari tingginya aktivitas yang dilakukan dalam keadaan sehari-hari maka orang lebih memilih untuk menggunakan alat transportasi pribadi dibanding dengan alat transportasi umum, terutama sepeda motor guna menunjang aktivitas sehari-hari. Selain merupakan alat transportasi yang praktis dan lincah manakala digunakan untuk melewati kemacetan baik dalam kota maupun luar kota, konsumsi bahan bakar sepeda motor lebih rendah jika dibandingkan dengan kendaraan roda empat. Kemudahan kredit sepeda motor serta perilaku masyarakat yang cenderung konsumtif pun menambah jumlah pengguna sepeda motor dari waktu ke waktu.

Saat ini, motor matic (*automatic)* menjadi salah satu motor favorit bagi masyarakat Indonesia daripada motor bebek atau manual. Motor matic merupakan motor yang berstransmisi otomatis sehingga lebih mudah dalam penggunaanya.

Honda Vario adalah sebuah skuter bertransmisi otomatis yang di produksi oleh Astra Honda Motor di Indonesia sejak tahun 2006. Skuter ini di maksudkan untuk mengantisipasi makin banyaknya populasi skuter otomatis yang beredar di pasar sepeda motor Indonesia. Vario telah muncul dalam berbagai varian dengan kapasitas mesin muali dari 108,0 cc (6,6 cu in) 149,3 cc (9,1 cu in).

Keunggulan Honda Vario dapat dilihat dari ketertarikan seseorang terhadap PT Astra Honda Motor, sehingga memutuskan untuk memilih membeli produk Honda Vario tersebut. Kualitas menjadi sorotan utama bagi perusahaan untuk memberikan suatu kepuasan bagi konsumennya sehingga konsumen akan memilih membeli produk tersebut. Konsumen memiliki pilihan produk sesuai dengan keinginan seperti Honda Vario 110, Honda Vario 125, dan Honda Vario 150.

Pilihan penyalur Honda Vario mudah didapat karena PT. Astra Honda sudah memiliki cabang di setiap daerah, yang tersebar di seluruh Indonesia baik kota maupun desa sehingga konsumen lebih mudah untuk memperolehnya.

Metode pembayaran Honda Vario juga sangat mudah karena sekarang sudah bisa melakukan pembayaran secara kredit tidak hanya secara cash, hal ini tentunya sangat memudahkan seseorang untuk memiliki Honda Vario tersebut.

Dengan ini dilakukan riset awal kepada 30 responden yang ada di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP).

Dipilihnya lokasi penelitian di FEB UMP karena lingkungan kampus banyak dijumpai mahasiswa yang menggunakan Honda Vario.

Berikut hasil survey awal penulis terhadap 30 mahasiswa:

Tabel 1.1

Tabel Hasil Pra Riset

No	Indikator	Setuju	Tidak Setuju
1.	Mesin Honda Vario awet	16	14
2.	Honda Vario irit bahan bakar	18	12
3.	Desain Honda Vario menarik	13	17
4.	Jok lebar dan tebal	12	18
5.	Harga Honda Vario terjangkau	14	16
6.	Kesesuaian harga Honda Vario dengan kualitas	16	14
7.	Harga Honda Vario lebih terjangkau dibanding dengan harga pesaing	11	19
8.	Kesesuaian hargaHonda Vario dengan manfaat	17	13

Sumber: Hasil Pra Riset di FEB UMP2018

Berdasarkan data yang diperoleh dari pendapat mahasiswa yang menggunakan Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Palembang (UMP) mengatakan bahwa mesin Honda Vario

awet,karena Honda Vario merupakan tipe motor matic yang di produksi oleh pabrikan motor Honda dimana motor Honda Matic ini dilengkapi dengan adanya mesin berkapasitas 125-150cc. Sehingga dapat dipastikan apabila performa mesin motor Honda matic ini akan bekerja sangat luar biasa dan tahan dalam segala medan. Dan Honda Vario ini dilengkapi dengan mesin jenis 4 tak menggunakan system bahan bakar injeksi, sehingga konsumsi bahan bakar motor Honda ini akan sangat irit, akan tetapi kurang setuju terhadap indikator desain Honda Vario menarik, karena desain Honda Vario memiliki body yang cukup besar sehingga menyulitkan pengendara pada saat jalanan macet. Dan dilihat dari fiturnya Honda Vario memiliki jok atau tempat duduk yang lebar dan tebal sehingga pengendara kurang nyaman ketika digunakan saat berkendara dalam waktu yang cukup lama dan juga menyulitkan pengedara yang memiliki tubuh kecil.

Harga yang ditawarkan Honda Vario tidak terjangkau apabila dibandingkan dengan pesaingnya. Hal ini terbukti dari riset awal pada mahasiswa FEB UMP yang menggunakan Honda Vario mengatakan kurang setuju terhadap indikator Harga Honda Vario yang terjangkau dan indikator harga Honda Vario lebih terjangkau dibanding harga pesaing. Akan tetapi terlihat dari kesesuaian harga dengan kualitas, harga Honda Vario sesuai dengan kualitas dar motor tersebut, karena Honda Vario dilengkapai dengan berbagai macam fitur, diantaranya adalah fitur Idling stop. Dengan demikian, harga yang ditawarkan juga sangat sesuai dengan manfaat yang diberikan untuk menggantikkan biaya yang dikeluarkan apabila menggunakan transporasi umum.

Berdasarkanlatar belakang masalah yang terjadi di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang "**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palembang**".

B. RumusanMasalah

Adakah pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Palembang?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Honda Vario di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB) Universitas Muhammadiyah Palembang

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

   Kegiatan ini dapat memperdalam dan mengaplikasikan ilmu yang diperoleh penulis selama di bangku perkuliahan di bidang keputusan pembelian.

2. BagiAlmamater

   Hasil penelitian ini dapat menambah referensi perpustakaan Universitatas Muhammadiyah Palembang sebagai wahana menggali ilmu pengetahuan, khususny amengenai keputusan pembelian.

3. Bagi PT. Astra Honda

   Hasil penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan sebagai bahan masukan mengenai kualitas produk dan harga dari PT. Astra Honda.

Daftar Pustaka

Danang Sunyoto, (2014) *Praktik Riset Perilaku Konsumen*. Cetakan Pertama. Jakarta:Buku Seru

Daniel Tampi, Agus Supandi Soegondo, Jacky S. B. Sumarauw. (2016) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa*. (vol 4. No. 3)

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

Haryogi Widya Prakoso, Sri Setyo Iriani. (2015*) Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Satria F150*. (vol 15. No. 2)

Kotler,Philip & Kevin Lane Keller. (2009) *Manajemen Pemasaran.*Edisi Ketigabelas. Jilid 2. Jakarta:Penerbit PT Indeks (Gramedia)

Kotler,Philip & Kevin Lane Keller. (2012) *Manajemen Pemasaran.*Edisi Ketigabelas. Jilid 2. Jakarta:Penerbit PT Indeks (Gramedia)

Kotler,Philip & Kevin Lane Keller. (2014) *Manajemen Pemasaran.*Edisi Ketigabelas. Jilid 2. Jakarta:Penerbit PT Indeks (Gramedia)

M.Iqbal Hasan. (2015) *Pokok-pokok Materi Statistik 2 (Statistik Inferensif).* Edisi Kedua. Jakarta:Bumi Aksara.

Purwati, Heri Setiawan, Rahmawati. (2012) *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Pembelian Motor Honda Beat*. (vol 2. No. 3)

Priansa, Donni Juni. (2017) *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer.* Bandung : CV Alfabeta.

Sangadji, Etta Mamang & Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.

Sugiono. (2017) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.

Suri Amalia. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiomi Dikota Langsa. Jurnal Manajemen dan Keuangan*. (vol. 6 No. 1)