

## **ANALISIS PENGARUH HARGA, PELAYANAN PURNA JUAL DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *CUSTOM JERSEY PRINTING* DI STORE ALFA SPORT KOTA SRAGEN**

**Rizky Ananda Romadhona<sup>1)</sup>, Erni Widiastuti<sup>2)</sup>**

<sup>1), 2)</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Surakarta

E-mail: rananda772@gmail.com<sup>1)</sup>, erniwidiastutiunsa@gmail.com<sup>2)</sup>

### **Abstract**

*In this study the authors aim to analyze the effect of price, after-sales service and product quality on purchasing decisions in the custom jersey printing consumers at the Alfa Sport Sragen store either partially or silmutaneously. The hypotheses in this study are: It is suspected that price, after-sales service and product quality have a significant effect on purchasing decisions in custom jersey printing consumers in the Alfa Sport Sragen partially or silmutanly. The data needed in this study are primary data obtained in the questionnaire method from a sample of 41 respondents. Data analysis used in this research is multiple linear regression test, t test, f test and coefficient of determination test. The results of data analysis in this study can be concluded that the price quality, after-sales service and product quality on the purchase decision of consumers in custom jersey printing at the Alfa Sport Sragen partially or silmutanly.*

**Keywords :** Price, After Sales Service, Product Quality and Purchasing Decisions

### **PENDAHULUAN**

Menurut Kotler dan Amstrong (2005: 139) didefinisikan “Harga adalah salah satu unsur bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan unsur-unsur lainnya menghasilkan biaya”. Jadi kesimpulan untuk harga adalah sejumlah uang yang ditagih atas suatu barang atau jasa dan merupakan kombinasi yang tepat antara kualitas dan pelayanan lain yang diberikan pihak produsen kepada konsumen produk tersebut. Sehingga harga menjadi variabel yang sangat penting dalam pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Menurut Hindle dan Thomas dalam Fandy Tjiptono (2008) menyatakan bahwa pelayanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut.

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk, perusahaan tidak akan dapat melakukan apapun dari usahanya. Dengan kata lain, pembuatan produk lebih baik diorientasikan pada keinginan pasar atau selera konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong (2001: 346) adalah ”Segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”. Perilaku konsumen sendiri

merupakan tindakan-tindakan individu yang secara langsung terlibat dalam usaha memperoleh, menggunakan dan menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan-tindakan tersebut (Tjiptono, 2009: 75).

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Landasan Teori**

##### **1. Pengertian Harga**

Harga merupakan nilai yang dinyatakan dalam rupiah. Tetapi dalam keadaan yang lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayarkan oleh pembeli. Dalam hal ini harga merupakan suatu cara bagi seorang untuk membedakan penawarannya dari para pesaing. Sehingga penetapan harga dapat dipertimbangkan sebagai bagian dari fungsi deferensiasi barang dalam pemasaran.

Pada umumnya penjual mempunyai beberapa tujuan dalam penetapan harga produknya. Tujuan tersebut antara lain (Tjiptono, 2009: 70):

- Mendapatkan laba maksimum
- Mendapatkan pengembalian investasi yang ditargetkan atau pengembalian pada penjualan bersih.
- Mencegah atau mengurangi

persaingan.

d. Mempertahankan atau memperbaiki *market share*.

2. Pengertian Pelayanan Purna Jual

Menurut Kotler dan Keller (2009: 63), pengertian Pelayanan purna jual adalah suatu layanan yang disediakan oleh produsen kepada konsumen setelah konsumen tersebut membeli produk dari perusahaan tersebut. Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan purna jual adalah suatu kegiatan yang dilaksanakan setelah penyerahan produk kepada konsumen atas pembeliannya, yang berlaku selama konsumen ada ikatan pelayanan atau hubungan dalam berbagai kegiatan layanan.

3. Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan yang ditawarkan untuk diperhatikan, diminta dan digunakan oleh pelanggan. Keputusan tergantung oleh kualitas produk perusahaan, karena jika semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan (Kotler, 2009: 144). Hal ini membuat beberapa produk yang bernilai lebih mahal dari kompetitornya cenderung di persepsikan oleh konsumen sebagai produk atau jasa yang berkualitas lebih tinggi. Sebaliknya, ada beberapa

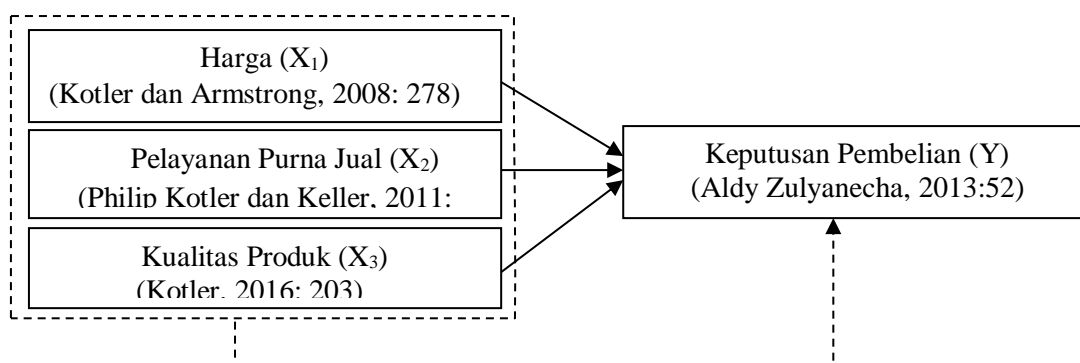
produk yang berkualitas sama (dengan barang yang harganya lebih mahal) tetapi harganya murah cenderung dipersepsikan pelanggan sebagai produk atau jasa yang memiliki kualitas lebih rendah.

4. Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2012: 66) keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli. Berdasarkan tujuan pembelian, konsumen dapat diklasifikasikan menjadi dua kelompok, yaitu konsumen akhir (*individual*) dan konsumen organisasional (konsumen industrial, konsumen antara, konsumen bisnis). Konsumen akhir terdiri atas individu atau rumah tangga yang tujuan akhirnya adalah untuk memenuhi kebutuhan sendiri atau konsumsi. Sedangkan konsumen organisasional terdiri atas organisasi, pemakai industri, pedagang, dan lembaga *non profit* yang tujuan pembeliaannya adalah untuk keperluan bisnis (memperoleh laba) atau meningkatkan kesejahteraan anggotanya.

B. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran pada tinjauan pustaka tersebut dan juga penelitian terdahulu, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran dalam penelitian ini seperti yang disajikan dalam gambar berikut ini:



Gambar Skema kerangka pemikiran

Keterangan :

- : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.
- - - - -> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.

Berdasarkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat diketahui bahwa penelitian ini bermaksud menganalisis pengaruh variabel independen, variabel independen yang terdiri dari Harga ( $X_1$ ), Pelayanan Purna Jual ( $X_2$ ), dan Kualitas Produk ( $X_3$ ) terhadap Keputusan Pembelian

(Y) *Costum Jersey Printing* yang ada pada *Store Alfa Sport* di Sragen baik secara parsial maupun secara simultan.

### C. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan semestara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori dan belum menggunakan fakta. Sugiyono (2000: 51).

1.  $H_0: \beta_1=0$ , Variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

$H_a: \beta_1 \neq 0$ , Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

2.  $H_0: \beta_2=0$ , Variabel pelayanan purna jual tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

$H_a: \beta_2 \neq 0$ , Variabel pelayanan purna jual berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

3.  $H_0: \beta_3=0$ , Variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

$H_a: \beta_3 \neq 0$ , Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen .

4.  $H_0: \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$ , Variabel harga, pelayanan purna jual dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store*

*Alfa Sport* Sragen.

$H_a: \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq 0$ , Variabel harga, pelayanan purna jual dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport* Sragen.

### METODE PENELITIAN

#### 1. Sumber Data Primer

Menurut Sugiyono (2015: 129) sumber data primer ialah sumber data yang langsung memberikan data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber datanya adalah responden, yaitu orang yang menjawab pertanyaan-pertanyaan yang dirumuskan peneliti mengenai harga, pelayanan purna jual, kualitas produk dan keputusan pembelian.

#### 2. Sumber Data Sekunder

Sugiyono (2015: 129) sumber data sekunder ialah sumber data yang diperoleh tidak langsung dari hasil observasi, misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram. Sumber data sekunder dalam penelitian ini berupa teori-teori yang berkaitan dengan harga, pelayanan purna jual, kualitas produk dan keputusan pembelian serta penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini.

#### 3. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu yang mempunyai karakteristik yang khas yang menjadi perhatian dalam suatu penelitian, sedangkan sampel dapat diartikan sebagai sebagian dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya. (Sugiono, 2015: 13). Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang melakukan pembelian produk *Costum Jersey Printing* di *Alfa Sport* di Sragen. Dimana jumlah konsumen-konsumen yang melakukan pembelian produk *Costum Jersey Printing* di Kota Sragen dari bulan Agustus 2019 - Januari 2020 tercatat sejumlah 164 konsumen.

#### 4. Sampel

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2013: 62). Sedangkan apabila jumlah populasi lebih dari 100 maka sampel dapat diambil sebanyak 10% - 15%,

20% - 25%, 30% - 50% atau tergantung dari sedikit banyaknya dari kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga, dan dana. Dalam penelitian ini sampel diambil sebesar 25% dari jumlah populasi, sehingga jumlah sampel yang diperoleh dalam penelitian ini sebanyak 41 responden.

5. Teknik sampling yang ditempuh

Teknik pengambilan sampel adalah suatu teknik yang digunakan untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2015: 77). Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik sampling *accident sampling*. Teknik ini dilakukan dengan membagikan kuesioner pada responden yang secara kebetulan memenuhi sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen *Custom Jersey Printing* di Alfa Sport kota Sragen.

6. Metode Pengumpulan Data

Sumber dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden penelitian melalui wawancara dan kuesioner lapangan. Teknik pengumpulan data metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

Wawancara

Menurut Sugiyono (2015: 103), wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam. Dalam pengumpulan data melalui metode wawancara data yang diperoleh dari hasil wawancara adalah mengenai segala sesuatu yang berkaitan dengan harga, pelayanan purna jual, kualitas produk dan keputusan pembelian *Custom Jersey Printing*.

Kuesioner

Sugiyono (2015:135) mengemukakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung. Data berupa daftar pertanyaan yang terperinci dan lengkap dalam satuan daftar pertanyaan agar responden mengisi atau menjawab pertanyaan itu. Dalam penelitian ini kuesioner dibagikan kepada

responden berupa kuesioner tertutup, karena dalam penelitian ini setiap pertanyaan telah diberikan alternatif jawaban yang harus dipilih oleh responden.

Metode pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah angket, yaitu tentang Harga, Pelayanan Purna Jual, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian. Dalam hal ini menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Penelitian fenomena ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2015: 86). Variabel ini yang akan diukur menjadi indikator, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan. Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert, skor yang diberikan kepada masing-masing jawaban sebagai berikut:

- |        |                     |   |
|--------|---------------------|---|
| a. SS  | Sangat Setuju       | 5 |
| b. S   | Setuju              | 4 |
| c. CS  | Cukup Setuju        | 3 |
| d. TS  | Tidak Setuju        | 2 |
| e. STS | Sangat Tidak Setuju | 1 |

7. Teknis Analisis data

Validitas

Untuk menguji yaitu dengan menggunakan teknik korelasi "*product moment*" yang menggunakan rumusnya sebagai berikut:

$$r_{12} = \frac{n \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Realiabilitas

Realiabilitas adalah merupakan tingkat keadaan (kuesioner) dari pertanyaan yang akan disebar kepada responden. Untuk mengetahui realibilitas angket digunakan rumus *Alpha Cronbach* yaitu sebagai berikut (Arikunto, 2007: 165).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

Berikut ini disajikan uji validitas dengan bantuan program SPSS untuk pertanyaan per variabel (dengan taraf signifikan 5% untuk 41 responden yaitu 0,300).

Kriteria pengujian yang digunakan

untuk menentukan reliabilitas didasarkan pada nilai *Alpha Cronbach* yang dihitung dengan alat bantu program SPSS 17 dibandingkan dengan nilai kritis (0,60). Apabila nilai *Alpha Cronbach* dari setiap instrumen variabel > 0,60, maka item penilaian dapat dinyatakan reliabel. Sedangkan bila nilai *Alpha Cronbach* dari

setiap instrumen variabel  $\leq 0,60$ , maka instrumen penelitian tidak reliabel.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 17, sehingga diperoleh hasil print out sebagai berikut:

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linier Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-4.994	5.191	.311	-1.976	.000
Harga	.513	.205	.047	.3.653	.002
Pelayanan Purna Jual	.161	.173	.431	.935	.356
Kualitas Produk	.633	.184		2.762	.004

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian  
Sumber : data primer yang diolah, Juni 2020.

Dari hasil uji regresi linier dengan bantuan program SPSS versi 17 diperoleh :

a = -4,994

b<sub>1</sub> = 0,513

b<sub>2</sub> = 0,161

b<sub>3</sub> = 0,633

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = -4.994 + 0,513 X_1 + 0,161 X_2 + 0,633 X_3$$

Artinya :

- 1) Nilai koefisien X<sub>1</sub> = 0,513. Koefisien X<sub>1</sub> bernilai positif menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*. Apabila terdapat peningkatan harga akan dapat meningkatkan keputusan pembelian di *Store Alfa Sport* kota Sragen .
- 2) Nilai koefisien X<sub>2</sub> = 0,161. Koefisien X<sub>2</sub> bernilai positif menunjukkan bahwa variabel pelayanan purna jual mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*. Apabila terdapat peningkatan pelayanan purna jual akan dapat meningkatkan keputusan pembelian di *Store Alfa Sport* kota Sragen.
- 3) Nilai koefisien X<sub>3</sub> = 0,633. Koefisien X<sub>3</sub> bernilai negatif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai

pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*. Apabila terdapat kualitas produk kerja akan dapat meningkatkan keputusan pembelian di *Store Alfa Sport* kota Sragen.

3. Uji t

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.653 > 2,026$ ) dan *p-value* 0,002 lebih kecil dari 0,05, tolak dan menerima H<sub>a</sub>, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen* .

Karena  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,935 < 2,026$ ) dan *p-value* 0,356 lebih besar dari 0,05, berarti H<sub>0</sub> diterima dan menolaka H<sub>a</sub>, artinya pelayanan purna jual individu tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*.

Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.763 > 2,026$ ) dan *p-value* 0,004 lebih kecil dari 0,05, berarti H<sub>0</sub> ditolak dan menerima H<sub>a</sub>, artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*.

4. Uji F

Berdasarkan tabel 2 karena  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5,595 > 2,84$ ) dan *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, H<sub>0</sub> ditolak , berarti harga, pelayanan purna jual dan kualitas

produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis Simultan dengan Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	97.115	3	32.372	5.595	.000 <sup>a</sup>
Residual	187.080	37	5.759		
Total	224.195	40			

a. Predictors: (Constant), Harga, Pelayanan\_purna\_jual, kualitas\_produk

b. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian

Sumber: Data primer yang diolah, Juni 2020

5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.538 <sup>a</sup>	.314	.343	2.785

a. Predictors: (Constant),

Harga, Kualitas\_Produk, Pelayanan\_Purna\_jual

Sumber : data primer yang diolah.

Berdasarkan hasil print out tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,343. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari harga ( $X_1$ ), pelayanan purna jual ( $X_2$ ) dan kualitas produk ( $X_3$ ) mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*. Sebesar 34,3% sedangkan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh faktor yang lain di luar penelitian ini seperti Citra merk, Desain Produk dan Lain-lain.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*, hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3.653 > 2,026$ ) dan *p-value* 0,002 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .

2. Pelayanan Purna Jual tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*, hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,935 < 2,026$ ) dan *p-value* 0,356 lebih besar dari 0,05, berarti  $H_0$  diterima dan menolak  $H_a$ .

3. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*, hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $25,595 > 2,84$ ) dan *p-value* 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .

4. Harga, pelayanan purna jual dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Custom Jersey Printing* di *Store Alfa Sport Sragen*, hal ini terbukti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $5,595 > 2,840$ ) dan *p-value* sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat diketahui bahwa hipotesis dalam penelitian ini baik secara parsial maupun secara simultan terbukti kebenarannya.

### B. Keterbatasan

Keterbatasan penelitian ini antara lain :

1. Penelitian ini hanya meneliti variabel bebas hanya harga, pelayanan purna jual dan kualitas produk akan tetapi masih terdapat beberapa variabel lain seperti citra merk, desain produk, dan lain-lain pada perusahaan yang diteliti.
2. Penelitian melibatkan subyek penelitian dalam jumlah terbatas, yakni sebanyak 41 orang, sehingga belum dapat digeneralisasikan pada kelompok subyek dengan jumlah besar.

### C. Saran

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga sudah mencapai tujuan secara optimal. Tetapi perlu adanya upaya untuk menjaga kestabilan harga yang

ada di *Store Alfa Sport* kota Sragen supaya untuk meningkatkan produk yang ada di perusahaan.

2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan purna jual belum mencapai tujuan secara optimal. Maka pelayanan purna jual harus ditingkatkan dengan cara perusahaan harus tetap menjaga kualitas pelayanan purna jual *custom jersey printing* yang ada di *Store Alfa Sport* kota Sragen. Agar pelayanan purna jual meningkat serta harus selalu melakukan inovasi baru terhadap indikator pelayanan purna jual agar barang tetap terjaga kualitasnya.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk sudah mencapai tujuan secara optimal, tetapi perusahaan perlu melakukan upaya untuk menjaga kualitas produk pada *custom jersey printing* yang ada di *Store Alfa Sport* kota Sragen agar dapat sesuai memuaskan pelanggan.
4. Bagi peneliti selanjutnya variabel yang digunakan dalam penelitian yang akan datang diharapkan lebih lengkap dan bervariasi, dengan menambah variabel independen lainnya. Judul penelitian selanjutnya dapat dikembangkan dengan lebih jumlah responden yang lebih banyak. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian-penelitian selanjutnya yang bertema Manajemen Pemasaran.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Dedi, Nurdiansyah. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas di Bandar Lampung*. Skripsi. Lampung: Jurusan Ekonomi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung.
- Fella Adela, Astuty. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario di Kota Surakarta*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Surakarta.
- Handoko, T. Hani. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen Produksi dan Operasi*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE.
- Hasibuan, Mulyu S.P. 2002. *Pengertian Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- <http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas-produk.html>. Diakses tanggal 25 Desember 2019. Pukul 13.00 WIB.
- <http://merlitafutriana0.blogspot.com/p/validitas-dan-reabilitas.html?m=1>. Diakses pada tanggal 07 Januari 2020. Pukul 20.45 WIB
- <http://repository.uin-suska.ac.id/pengertian-dan-indikator-pelayanan-purna-jual/> Diakses pada tanggal 01 Mei 2020. Pukul 10.30 WIB.
- <http://www.pendidikanekonomi.com/2012/07/pengertian-komponen-dan-strategi.html>. Diakses pada tanggal 25 Februari 2020. Pukul 21.43 WIB
- <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/> Di Akses pada tanggal 28 februari 2020. Pukul 10.30 WIB
- <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>. Diakses pada tanggal 25 Desember 2019. Pukul 16.00 WIB.
- <https://www.onoini.com/pengertian-struktur-organisasi-menurut-para-ahli/> Di Akses pada tanggal 24 april 2020. Pukul 21.00 WIB.
- <https://www.pahlevi.net/pengertian-layanan-purna-jual/> Diakses pada tanggal 28 Februari 2020. Pukul 10.05 WIB.
- Hurriyati, Ratih. 2005. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabta.
- Jonathan, Sarwono dan Mardiani. 2005. *Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran: Jilid 1*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Reny Jimi, Putri 2018. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Phone Merek Oppo di Matahari Singosaren Surakarta*. Skripsi

- tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta.
- Samuel Gianluca, Endico 2017. *Pengaruh Produk, Harga, Promosi Penjualan, Pemasaran Langsung dan Digital terhadap Minat Beli Studi Kasus kepada Konsumen Nimco Royal Store di Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Dharma Yogyakarta.
- Schiffman, Leon G. & Leslie L. Kanuk. 2000. *Consumer Behavior: Fifth Edition*. New Jersey. Prentice-Hall Inc.
- Stoner, James A.F. 2006. *Pengertian Manajemen Menurut Para Ahli*, Makalah Sukirno, Sadono. 2013. *Mikroekonomi Teori Pengantar*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sumanto. 2018. *Analisis Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Plastik Jaya Agung Kecamatan Kedawung Kabupaten Sragen*. Skripsi tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Surakarta.
- Swastha, Basu & Handoko, Hani. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFE.