

## **ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO JERSEY BAJURI SPORT KABUPATEN SUKOHARJO**

**Restu Gunawan<sup>1)</sup>, Yanti Sri Danarwati<sup>2)</sup>**

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

<sup>1)</sup>E-mail : restugunawan28@gmail.com

<sup>2)</sup>E-mail : yantidanarwati07@gmail.com

### **Abstract**

*In this study the authors aim to the effect of price, brand image and product quality on consumer the purchase decision at the Jersey Bajuri Sport shop Sukoharjo Districts either partially or silmutanously. The hypotheses in this study are: It is suspected that price, brand image and product quality have a significant effect on purchase decision in apparel jersey consumers in the Bajuri Sport Sukoharjo Districts partially or silmutanly. The data needed in this study are primary data obtained in the questionnaire method from a sample of 51 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, brand image and product quality on the purchase decision of consumers in apparel jersey at the Bajuri Sport shop Sukoharjo Districts partially or silmutanly.*

**Keywords: Price, Brand Image, Product Quality and Purchase Decision**

### **LATAR BELAKANG PENELITIAN**

Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal ini terjadi karena tumbuhnya peningkatan kesadaran masyarakat akan manfaat dari olahraga. Kenyataan ini merupakan peluang yang dimanfaatkan oleh produsen toko keperluan olahraga dengan mengeluarkan berbagai jenis dan merek yang dikeluarkan di Indonesia. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilaku konsumen yang selalu berkembang dengan cara memahami perilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian. Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya yaitu industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu dalam masyarakat berkembang pesat ditandai dengan berkembangnya pusat-pusat olahraga seperti gimnastik, lapangan futsal, lapangan sepakbola, jogging track di perumahan-perumahan, dan masih banyak lainnya. Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga selain dapat membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi resiko terkena berbagai macam

penyakit, berolahraga juga menjadi alasan masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolagasnya. Seseorang dalam berolahraga tidak lepas dari baju olahraga atau bisa dikenal dengan nama *Jersey* untuk menunjang kegiatan olahraganya. Ada beberapa toko *Jersey* disekitar Solo Raya yang menjadi pesaing dalam produksi *Jersey* seperti *Alfa Sport* yang terletak di Sragen, *Dj Sport* yang terletak di Solo dan Sragen, *Kusuma Sport* yang terletak di Karanganyar, dan *Bajuri Sport* yang terletak di Sukoharjo, toko-toko tersebut selalu bersaing untuk merebut minat konsumen agar membeli produk mereka. Pentingnya kualitas produk menjadi salah satu prioritas oleh *Store* (toko) *Bajuri Sport* di Kabupaten Sukoharjo. Karena dalam kualitas produk yang harus dimiliki *Bajuri Sport* bisa memenuhi kebutuhan atau kepuasan pelanggan membeli pakaian.

*Store* dalam bahasa indonesia yang berarti atau bermakna yaitu TOKO, *Bajuri Sport* merupakan toko (*store*), konveksi dan rumah produksi yang didirikan pada tahun 2009 merupakan toko dari hasil produksi sendiri (*Home made*). Ada beberapa kesediaan produk yang dijual atau diproduksi kepada konsumen yaitu *Jersey Printing* maupun *Non Printing*, Jaket dan Kaos. Bahan-bahan yang digunakan untuk membuat *Jersey* pun ada berbagai macam diantaranya ada 3 yaitu : *Dryfit Jarum /*

*Microdot, Dryfit Milano, Dryfit Rhombic / Umbro*. Produk-produk tersebut didesain dengan jahitan dan bahan terbaik yang dimiliki oleh Bajuri Sport yang dapat menarik perhatian konsumen bisa dipakai oleh Pria dan Wanita. Selain Jersey Bajuri Sport mempunyai ketersediaan produk yang tersedia ditoko yaitu: Sepatu Sepak Bola, Sepatu Futsal dan alat-alat latihan Sepak Bola. Tetapi ada beberapa produk yang tidak tersedia di Bajuri Sport yaitu Seperti raket badminton, sepatu running, jaring gawang, raket tenis meja, bola tenis meja dan sepatu basket. Harganya yang dipasarkanpun ada berbagai macam tergantung pemilihan bahan dari pihak konsumennya.

Keputusan pembelian terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh faktor harga. Harga seringkali menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian terhadap suatu produk, selain itu harga juga seringkali menjadi indikator kualitas suatu produk, produk yang mahal identik dengan kualitas yang baik dan sebaliknya, penelitian ini yang dilakukan oleh Henry (2014, 68) dan Akbar Sari (2018: 1100) yang menerangkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keputusan pembelian terhadap suatu produk dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor diantaranya adalah faktor citra merek. Penelitian yang menganalisis tentang pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian dilakukan oleh Henry (2014: 68) dan Prayoga (2021:62) dari hasil penelitan tersebut menerangkan bahwa citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Terkait dengan perilaku konsumen dalam pembelian pada penelitian bermaksud mengangkat permasalahan yang terkait dengan pengaruh harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko jersey Bajuri sport Kabupaten Sukoharjo. Untuk itu dalam penelitian ini diberi judul: "ANALISIS PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO JERSEY BAJURI SPORT KABUPATEN SUKOHARJO".

## **TINJAUAN PUSTAKA Manajemen**

Manajemen pada umumnya merupakan proses penentuan tujuan atau sasaran yang hendak dicapai dan menetapkan jalan dan sumber yang dipergunakan untuk mencapai

tujuan yang seefektif dan seefisien mungkin. Manajemen secara etimologi berasal dari bahasa inggris *management* yang dikembangkan dari kata *to manage*, yang artinya mengatur atau mengelola. Kata *manage* sendiri berasal dari bahasa Italia *Maneggio* yang diadopsi dari bahasa latin *managiare*, yang berasal dari kata manus yang artinya Manajemen cenderung dikatakan sebagai ilmu maksudnya seseorang yang belajar manajemen tidak pasti akan menjadi seorang menejer yang baik (Syamsuddin, 2017: 6263).

### **Pemasaran**

Pemasaran merupakan faktor penting dalam strategi perusahaan dalam menjalankan usahanya terutama yang berhubungan dengan konsumen. Kata pemasaran berasal dari kata pasar, atau bisa juga diartikan sebagai mekanisme yang mempertemukan antara permintaan dan penawaran.

Zein Achmad (2012 : 1) "Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial yang didalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain". Definisi pemasaran tersebut didasarkan pada konsep inti berikut : kebutuhan (*need*), keinginan (*wants*), dan permintaan (*demands*); produk (barang, jasa dan gagasan); nilai, biaya, dan kepuasan; pertukaran dan transaksi; hubungan dan jaringan pasar serta pemasar dan prospek.

### **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.

### **Citra Merek**

Menurut Tjiptono (2012: 44), yang dimaksud dengan citra merek (*brand image*) adalah deskripsi tentang asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu. Menurut Kotler dan Keller (2014: 33), citra merek adalah proses dimana seseorang memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan masukan informasi untuk menciptakan suatu gambaran yang berarti. Citra merek adalah gebyar dari seluruh asosiasi yang terkait pada suatu merek yang sudah ada dibenak konsumen.

**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).

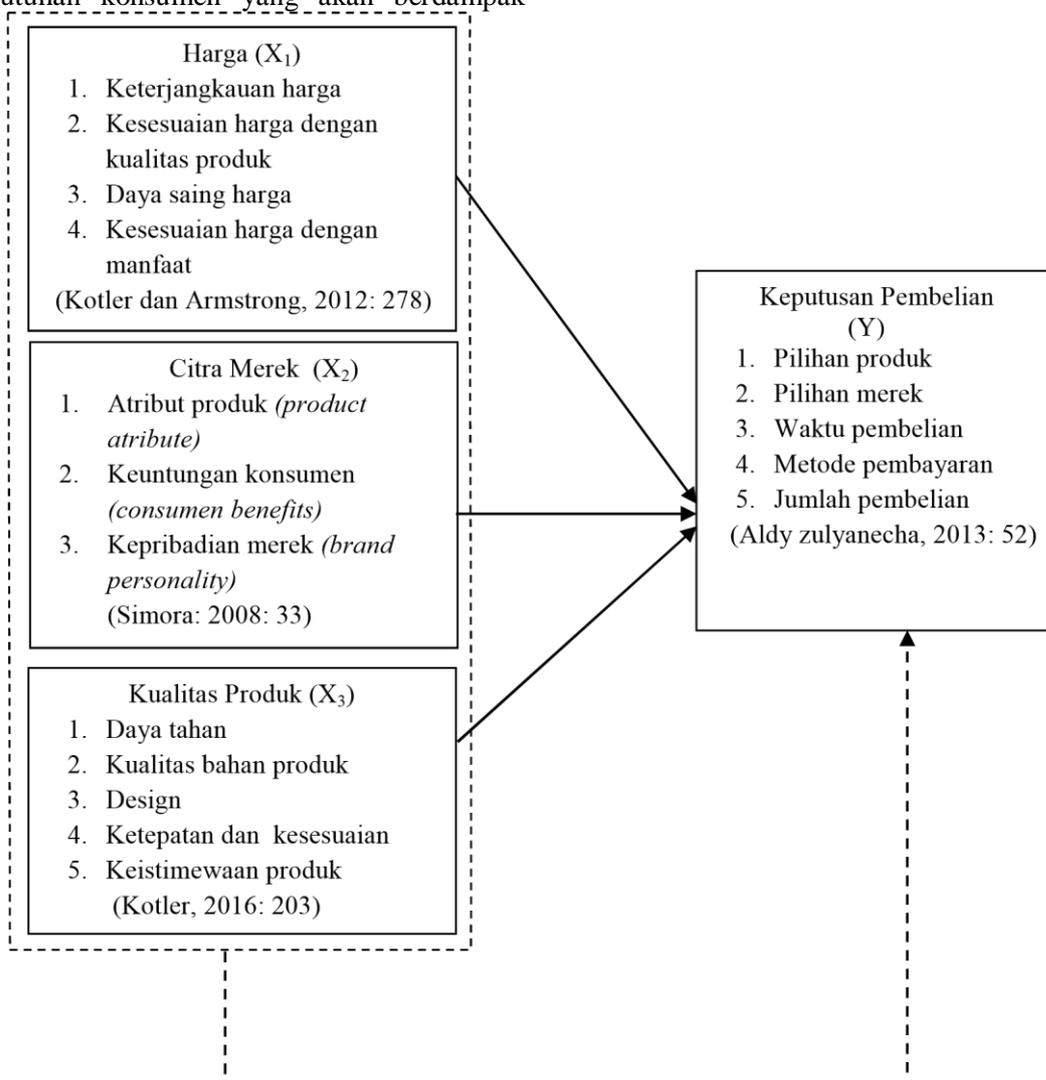
**Keputusan pembelian**

Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh perilaku konsumen. Perusahaan harus mengenali perilaku konsumen untuk mengetahui apa yang dibutuhkan oleh konsumen, sehingga perusahaan diharapkan dapat selalu memenuhi kebutuhan konsumen yang akan berdampak

pada loyalitas. 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).

**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 1  
 Skema kerangka pemikiran

Keterangan :  
 —————> : Pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.  
 - - - - -> : Pengaruh variabel

independen terhadap variabel dependen secara simultan.

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

Uji Regresi Linier Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18.819	4.894		3.846	.000
Harga	.192	.183	.150	1.051	.299
Citra merek	.075	.161	.066	.464	.645
Kualitas_produk	-.274	.171	-.227	-1.606	.115

a. *Dependent Variable:* keputusan\_pembelian  
Sumber : data primer yang diolah, Juli 2022.

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

- a = 18.819
- b<sub>1</sub> = 0,192
- b<sub>2</sub> = 0,075
- b<sub>3</sub> = 0,274

Sehingga diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 18.819 + 0,192 X_1 + 0,075 X_2 + 0,274 X_3$$

Artinya :

- 1) Nilai koefisien X<sub>1</sub> = 0,192. Koefisien X<sub>1</sub> bernilai positif menunjukkan bahwa variable harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo. Apabila terdapat peningkatan harga akan dapat meningkatkan keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo.
- 2) Nilai koefisien X<sub>2</sub> = 0,075. Koefisien X<sub>2</sub> bernilai positif menunjukkan bahwa variabel

pelayanan purna jual mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo. Apabila terdapat peningkatan pelayanan purna jual akan dapat meningkatkan keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo.

- 3) Nilai koefisien X<sub>3</sub> = 0,274. Koefisien X<sub>3</sub> bernilai negatif menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo. Apabila terdapat kualitas produk kerja akan dapat meningkatkan keputusan pembelian Jersey ditoko Bajuri Sport Kabupaten Sukoharjo.

Dari hasil analisis data dengan bantuan komputer program SPSS Versi 17, maka diperoleh hasil analisis data dalam penelitian ini nilai Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>) sebagai berikut :

Tabel 2  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.270 <sup>a</sup>	.073	.014	2.780

a. *Predictors:* (Constant), Kualitas\_produk, citra\_merek, harga  
Sumber : data primer yang diolah juli 2022

Berdasarkan hasil print out tersebut di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai *adjusted R Square* (R<sup>2</sup>) dalam penelitian ini sebesar

0,014. Sehingga dapat diartikan bahwa variasi variabel independen yang terdiri dari harga (X<sub>1</sub>), citra merek (X<sub>2</sub>) dan kualitas produk (X<sub>3</sub>)

mempunyai kontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Sebesar 0,14% sedangkan sisanya sebesar 65,7% dipengaruhi oleh faktor yang lain di luar penelitian ini seperti kualitas pelayanan, Desain Produk dan Lain-lain.

## PEMBAHASAN

1. Dari hasil uji t dengan maka dapat diketahui bahwa nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan  $p-value$  dalam penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa:
  - a. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,051 > 2,011$ ) dan  $p-value$  0,002 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis 1 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga merupakan variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo.
  - b. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $0,464 < 2,011$ ) dan  $p-value$  0,645 lebih besar dari 0,05, berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis 2 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek merupakan variabel yang dapat berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo.
  - c. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dari hasil perhitungan nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $1,606 < 2,011$ ) dan  $p-value$  0,004 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis 3 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Berdasarkan hasil analisis data dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan variabel yang dapat berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo.
2. Dari hasil Uji F dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $1,233 > 2,790$  dan  $p-value$  sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Dengan demikian hipotesis 4 dalam penelitian ini yang menyatakan bahwa “Diduga harga, citra merek, kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo” terbukti kebenarannya. Dengan demikian dapat diketahui bahwa harga, pelayanan purna jual dan kualitas produk merupakan variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian *Jersey* ditoko *Bajuri Sport* Kabupaten Sukoharjo. Berdasarkan hasil analisis di atas, maka dapat diketahui bahwa nilai Koefisien Korelasi ( $R^2$ ) dalam penelitian ini sebesar 0,014. Sehingga dapat diartikan bahwa variabel-variabel independen yang terdiri

dari harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko Bajuri *Sport* Kabupaten Sukoharjo sebesar 0,014 atau 0,14% sedangkan sisanya sebesar 86% dipengaruhi oleh faktor yang lainnya. Sehingga dapat diketahui bahwa pemilihan variabel-variabel yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian sudah tepat, tetapi nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif kecil, masih terdapat banyak variabel lain yang dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pemilihan variabel bebas yang digunakan untuk memprediksi variabel terikat dalam penelitian ini sudah tepat mengingat nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini relatif kecil yaitu 0,014.

### KESIMPULAN

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

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian *Jersey* ditoko Bajuri *Sport* Kabupaten Sukoharjo, hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,051 > 2,011$ ) dan  $p-value$  0,002 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .
2. Citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko Bajuri *Sport* Kabupaten Sukoharjo hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  ( $0,464 < 2,011$ ) 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 *Jersey* ditoko Bajuri *Sport* Kabupaten Sukoharjo, hal ini terbukti dari nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1,606 > 2,011$ ) dan  $p-value$  0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak dan menerima  $H_a$ .
4. Harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *Jersey* ditoko Bajuri *Sport* Kabupaten Sukoharjo, hal ini terbukti nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $1,233 > 2,790$ ) dan  $p-value$  sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, berarti  $H_0$  ditolak.

### SARAN

Berdasarkan kesimpulan dalam penelitian ini, maka dapat dirumuskan saran yang dapat direkomendasikan terkait dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini diantaranya

adalah:

1. Bagi produsen meningkatkan volume penjualan yang ada, maka perlu inovasi variasi produk yang lengkap dan sesuai dengan selera konsumen yang menjadi segmentasinya. Dalam upaya meningkatkan perusahaan penjualan perusahaan, maka pemilihan lokasi yang strategis dengan desain gerai yang menarik merupakan hal yang penting untuk dapat menarik konsumen berkunjung pada gerai atau restorannya. Dalam upaya meningkatkan penjualan perusahaan perlu dukungan karyawan yang mempunyai kesadaran yang tinggi dalam memberikan pelayanan yang baik bagi para pelanggan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, agar memperluas 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.
- Drs. T. Hani Handoko, M.B.A., Ph.D, 2010, *Dasar-dasar Manajemen Produksi dan Operasi*, Edisi Pertama, Penerbit BPFE: Yogyakarta
- 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.
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, 2006, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi ke 12, Penerbit Erlangga: Jakarta
- 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.
- Sadono Sukirno, 2013, *Mikroekonomi Teori Pengantar* , Edisi Ketiga, Penerbit Pt RajaGrafindo Persada: Jakarta
- 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.
- 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.
- Zein Achmad ,(2014 : 197-199) “Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial.
- <http://blogger-viens.blogspot.com/2013/01/kualitas-produk.html>, Diakses tanggal 24 Maret 2022. Pukul 13.00 WIB.
- <http://merlitafutriana0.blogspot.com/p/validitas-dan-reabilitas.html?m=1>. Diakses pada tanggal 25 Maret 2022. Pukul 20.45 WIB
- <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dandimensi-kualitas-produk/> Di Akses pada tanggal 26 Maret 2022. Pukul 10.30 WIB
- <https://www.hestanto.web.id/keputusan-pembelian/>. Diakses pada tanggal 24 Maret 2022. Pukul 14.05 WIB.