



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT MARK DYNAMIC
INDONESIA, MEDAN**

**Holfian Daulat Tambun Saribu, Rahmat Eli Putra Gulo, Theresa Rebecca,
Bardon Mogan Sihotang, Anwar Evdon Nadeak
Universitas Prima Indonesia
(Naskah diterima: 1 Juni 2020, disetujui: 28 Juli 2020)**

Abstract

Product Quality, Price, and Service Quality are important things to consider in improving purchasing decisions made by consumers in order to support overall increase in company sales. For this reason, research was conducted to determine the effect of Product Quality, Price, and Service Quality on purchasing decisions at PT Mark Dynamic Indonesia Medan, both partially and simultaneously. The research method uses quantitative descriptive analysis. The population in this study is permanent consumers at PT Mark Dynamic Indonesia, amounting to 500 people. Data analysis techniques using the F Test, T Test, and Multiple Linear Regression. The results of the analysis of the research data indicate that partially the product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT Mark Dynamic Indonesia. It is known that the price partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT Mark Dynamic Indonesia. and Service quality partially has a positive and significant effect on purchasing decisions at PT Mark Dynamic Indonesia.

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, and Purchasing Decisions.*

Abstrak

Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan merupakan hal penting untuk dipertimbangkan dalam meningkatkan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen agar dapat menunjang peningkatan penjualan perusahaan secara menyeluruh. Untuk itu penelitian dilakukan untuk mengetahui adanya Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian yang ada di PT Mark Dynamic Indonesia Medan baik sebagian maupun simultan. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kuantitatif. Populasi pada penelitian ini ialah konsumen tetap di PT Mark Dynamic Indonesia yang berjumlah sebanyak 500 orang. Teknik analisis data menggunakan Uji F, Uji T, dan Regresi Linier Berganda. Hasil analisis data penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia. Diketahui Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia. dan Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian.

I. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan kegiatan pokok yang dilakukan para pengusaha dalam usaha untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan labanya. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung kepada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan maupun bidang lain. Selain itu tergantung pula pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar usaha perusahaan dapat berjalan lancar.

PT. Mark Dynamics Indonesia merupakan perusahaan manufaktur yang memproduksi cetakan sarung tangan, yang didirikan pada tahun 2003 yang berlokasi di Kawasan Industri Medan Star, Tanjung Morawa di Sumatera Utara. PT. Mark Dynamics Indonesia memiliki pengalaman lebih dari 14 tahun dalam mengembangkan dan memproduksi sarung tangan yang berkualitas tinggi dengan kapasitas 560.000 pcs/bulan.

Dari data penjualan PT. Mark Dynamics Indonesia diatas diketahui bahwa perusahaan mengalami ketidakstabilan dalam mencapai target penjualan sarung tangan. Dari data diatas ditemukan bahwa pencapaian tertinggi hanya pada bulan Januari sebesar 120.60%

sedangkan pencapaian terendah terdapat pada bulan Desember sebesar 91,58%.

Tidak stabilnya penjualan sarung tangan ini diduga karena rendahnya keputusan pembelian. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen yang mau membeli atau tidak nya suatu produk. Diduga rendahnya keputusan pembelian ini karena kualitas produk yang tidak sesuai dengan spesifikasi, dari pengamatan terdapat banyak jenis kecacatan pada setiap sarung tangan diantaranya cacat karena berat tidak sesuai, dimensi tidak sesuai, berlubang dan lain sebagainya. Untuk mengantisipasi agar target produk jadi dapat dipenuhi

Selain kualitas produk, harga diduga menjadi salah satu permasalahan yang mengakibatkan perusahaan sulit memenuhi target karena faktor harga menjadi pertimbangan bagi calon konsumen untuk membeli produk tersebut. Berdasarkan wawancara singkat yang peneliti lakukan kepada beberapa konsumen mengenai harga produk, beberapa merasa bahwa harga yang dipatok oleh perusahaan terlalu tinggi hanya untuk sebuah sarung tangan yang hanya memiliki spesifikasi yang biasa-biasa saja.

Selain kualitas produk dan harga, kualitas pelayanan juga menjadi permasalahan

yang ada didalam perusahaan ini, terhitung dari seringnya manajemen perusahaan menerima komplain dari para konsumen yang merasa bahwa mereka tidak dilayani dengan baik seperti kurangnya keramah-tamahan yang diterima konsumen dari karyawan serta kurangnya kemampuan karyawan dalam mengenalkan jenis dan tipe produk yang menjadi kebutuhan si calon pembeli sehingga tidak memenuhi dan melebihi harapan konsumen.

II. KAJIAN TEORI

Pengertian Kualitas Produk

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memenuhi keinginan konsumen. Keinginan konsumen tersebut berupa daya tahan produk, keandalan produk, kemudahan pemakaian, serta nilai yang terbebas dari kekurangan dan kerusakan. Kotler dan Armstrong (2015:253)

Damianti, (2017:185), Indikator kualitas produk adalah sebagai berikut :

1. Kinerja
2. Keandalan
3. Ketahanan
4. kenyamanan
5. Estetika

Pengertian Harga

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) Harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan

konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli.

Kotler dan Armstrong (2012:314), Indikator harga adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga
2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk
4. Kesesuaian harga dengan manfaat

Pengertian Kualitas Pelayanan

Menurut Harahap (2016:211) Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu tindakan atau prestasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk dapat menawarkan semua semua kebutuhan yang sifatnya tidak dapat diraba namun dapat dirasakan dan menghasilkan apa yang telah dimilikinya.

Harahap (2016:212) Indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Tangibel
2. Reliability
3. Responsiveness
4. Assurance

Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut Kotler Amstrong (2016;177) keputusan pembelian merupakan bagian dari perilaku konsumen yaitu study tentang bagaimana individu kelompok memilih membeli, menggunakan, dan bagaimana barang jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Priansa (2017:89) indikator kepuasan kerja adalah sebagai berikut:

1. Pilihan produk
2. Pilihan merek
3. Pilihan saluran pembelian
4. Waktu pembelian
5. Jumlah pembelian

III. METODE PENELITIAN**Lokasi Penelitian.**

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan perdagangan Barang Produksi yang terdaftar pada PT. Mark Dynamics Indonesia yang terletak di jl. Pelita Barat No.2, Tj. Morawa B, Tj. Morawa, Kota Medan, Sumatera Utara. Waktu penelitian ini dilakukan pada tanggal 22 Juni 2019 sampai dengan selesai.

Pendekatan Penelitian

Pendekatan penelitian ini berdasarkan pendekatan *kuantitatif*. Menurut Sugiono (2017:17) pendekatan *kuantitatif* adalah penelitian yang berdasarkan pada filsafat *positi-*

visme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian. Analisis data bersifat *kuantitatif* statistik.

Populasi dan Sampel**Populasi**

Menurut Sugiyono (2017:115), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan kuantitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan tahun 2019 di PT. Mark Dynamics Indonesia. Dimana jumlah pelanggan sebanyak 500 orang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dengan menggunakan rumus *slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + (N \times e^2)}$$

Yaitu :

Keterangan : n = jumlah sampel

N= jumlah pupolasi

e = standar eror (0,05)

Berdasarkan rumus slovin dapat diketahui jumlah sampel penelitian adalah 143. Dan memilih beberapa orang karyawan secara acak

diobjek penelitian sebanyak 30 untuk uji validitas dan reliabilitas yang diambil dari populasi diluar sampel.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

1. Wawancara (*Interview*)
2. Penyebaran Kuesioner
3. Studi Kepustakaan

Teknik Pengolahan Data

Uji Validitas

Ghozali (2016:52), Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Pengujian pada penelitian ini menggunakan signifikansi 5% dengan kriteria pengujian bila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka disimpulkan butir pertanyaan valid, sebaliknya bila $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka disimpulkan bahwa butir pertanyaan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Ghozali (2016:47-48), Reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reli-

able atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu. Pengukuran kemudian dibandingkan dengan pertanyaan lainnya menggunakan uji statistik Cronbach's Alpha. Dengan kriteria dikatakan reliabel apabila suatu variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,70$.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan prasyarat utama untuk melakukan analisis regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini. Adapun uji asumsi klasik (Ghozali: 2013) yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji Normalitas, Multikolinearitas, dan Heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Metode analisis regresi linear berfungsi untuk mengetahui pengaruh hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Rumus perhitungan persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

x_1 = Kualitas Produk

x_2 = Harga

x_3 = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b_1, b_2, b_3 = Koefisien Regresi Variabel Independen

e = Standar Error

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi Adjusted (R^2)

Ghozali (2016:97), menyatakan bahwa koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variable dependen. Nilai koefisien determinan adalah antara nol dan satu. Nilai *Adjusted R^2* dapat bernilai negative, walaupun yang dikehendaki bernilai positif.

Uji Secara Simultan (Uji F)

Uji signifikan dari regresi sampel (Uji Statistik F) tidak seperti uji t yang menguji signifikan koefisien parsial regresi secara individu dengan uji hipotesis terpisah bahwa setiap koefisien regresi sama dengan nol. Uji F menguji joint hipotesis bahwa b_1, b_2 . Dan b_3 secara simultan sama dengan nol, atau :

a. $H_0 : b_1 = b_2 = \dots = 0$

b. $H_A : b_1 \neq b_2 = \dots \neq 0$

Nilai F_{hitung} akan dibandingkan dengan F_{tabel} . Kriteria pengambilan keputusannya adalah :

a. H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ dan nilai sig < 0,05

b. H_0 ditolak jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ untuk nilai sig > 0,05

Uji Secara Parsial/ Individual (Uji t)

Ghozali (2016:97), uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen hipotesis nol (H_0) yang hendak diuji adalah apakah suatu parameter (b_i) sama dengan nol, atau:

a. $H_0 : b_i = 0$ (suatu variabel independent bukan merupakan penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependen)

b. $H_a : b_i \neq 0$ (variabel tersebut merupakan variabel penjelasan yang signifikan terhadap variabel dependent).

IV. HASIL PENELITIAN

Peneilitian ini dilakukan dengan melakukan penyebaran kuesioner dengan konsumen atau pelanggan tetap yang sering membeli produk di PT. Mark Dynamic Indonesia.

Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert.

Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items
Kualitas Produk	0,846	8
Harga	0,833	10
Kualitas Pelayanan	0,774	10
Keputusan Pembelian	0,926	8

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan hasil uji reliabilitas penelitian ini, nilai Cronbach's Alpha pada kualitas produk sebesar 0,846, harga sebesar 0,833, kualitas pelayanan sebesar 0,774, dan keputusan pembelian sebesar 0,926 lebih besar dari 0,70 yang mengatakan penelitian ini reliabel.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Berikut ini tabel Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

Tabel. Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual
N	143
Normal Mean	0E-7
Parameters ^{a,b} Std. Deviation	2.44599835
Most Extreme Absolute	.081
Differences Positive	.081
Negative	-.047
Kolmogorov-Smirnov Z	.974
Asymp. Sig. (2-tailed)	.299

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: data Olahan

Berdasarkan tabel diatas hasil uji normalitas dengan menggunakan *kolmogorov-smirnov* menunjukkan nilai signifikan sebesar 0,299 > 0,05 maka dengan demikian hasil uji *kolmogorov-smirnov* menunjukkan data tersebut berdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas dapat juga dilihat dari nilai *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF). Jika nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $VIF = 1 / tolerance$) dipakai untuk menunjukkan adanya Multikolinearitas adalah nilai *tolerance* > 0,10 atau sama dengan nilai $VIF < 10$. Berikut adalah hasil pengujian Multikolinearitas yaitu:

Tabel Uji Multikolieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
1 Kualitas Produk	.870	1.149
Harga	.826	1.210
Kualitas Pelayanan	.812	1.231

Sumber: data Olahan

Berdasarkan tabel diatas diatas menunjukkan bahwa nilai *tolerance* tiap variabel independen sebagai Kualitas Produk (X_1) 0,870, Harga (X_2) 0,826 dan Kualitas Pelayanan (X_3) 0,812 lebih besar dari 0,1 sedangkan nilai VIF tiap variabel independe kualitas produk (X_1) 1,149, harga (X_2) 1,210 dan Kualitas pelayanan (X_3) 1,231 lebih kecil dari 10, maka data tersebut terbebas dari multikolinearitas.

Uji Heterokedastisitas

Tabel Uji Heterokodastisitas

Model	t	Sig.
(constant)	.959	.339
1 Kualitas Produk	-.018	.986
Harga	.406	.685

Kualitas Pelayanan	-.131	.896
--------------------	-------	------

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel diatas menunjukan nilai signifikan dari kualitas produk $0,986 > 0,05$, harga $0,685 > 0,05$, kualitas pelayanan $0,896 > 0,05$. maka dari hasil uji *Glejser* dapat dikatakan bahwa data terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Berganda

Berikut ini tabel uji linear berganda:

Tabel Uji Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
1 Kualitas Produk	1.867	.717	.475
Harga	.326	5.015	.000
Kualitas Pelayanan	.293	4.687	.000
Kualitas Produk	.294	4.907	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan

$$Y = 1.687 + 0.326 + 0.293 + 0.294$$

Penjelasan regresi linier berganda diatas adalah :

1. Konstanta (a) sebesar 1.867 yang berarti bahwa jika tidak terdapat nilai variabel kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan. Maka nilai keputusan pembelian yang dilakukan konsumen adalah 1.867
2. Kualitas Produk (X1) 0.326 yang berarti setiap kenaikan variabel kualitas produk

sebesar 1 satuan. Maka nilai keputusan pembelian ikut naik sebesar 0.326 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.

3. Harga (X2) sebesar 0.293 yang berarti setiap kenaikan variabel harga sebesar 1 satuan. Maka nilai keputusan pembelian ikut naik sebesar 0.293 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.
4. Kualitas Pelayanan (X3) 0.294 yang berarti setiap kenaikan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan. Maka nilai keputusan pembelian ikut naik sebesar 0.294 satuan dengan asumsi bahwa variabel yang lain tetap.

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Determinasi

Berikut ini adalah:

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.502	.492	2.472

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

Berdasarkan tabel III.6 diatas bahwa dapat disimpulkan:

- a) $R = 0.709$ berarti hubungan (corelation) antara variable kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap variable keputusan pembelian tinggi.

b) Nilai Koefisien determinasi (R Square) adalah sebesar 0.502 hal ini menunjukkan bahwa 52,0% variasi variable keputusan pembelian (Y) dapat dijelaskan oleh variable kualitas produk (X1), harga (X2) dan variable kualitas pelayanan (X3) sedangkan sisanya 48,0% adalah variable bebas lainnya yang tidak di jelaskan dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan

Berikut ini Tabel Uji Hipotesis Simultan (Uji-F).

Tabel Uji-F

Model	F	Sig.
1 Regression	46.795	.000 ^b
Residual		
Total		

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel diatas, derajat bebas 1(df₁)= k-1 = 4-1 = 3, dan derajat bebas 2 (df₂)=n-k = 143-4=139, dimana n= jumlah sampel, k= jumlah variabel, maka nilai F_{tabel} pada taraf kepercayaan signifikansi 0,05 adalah 2,67. Hasil pengujian hipotesis diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 46.795 lebih besar dari F_{tabel} sebesar 2.67 dengan sig. 0.000<0.05 maka hal ini menunjukkan bahwa H₀ ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas

produk (X₁), harga (X₂), dan kualitas pelayanan (X₃) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

Uji Hipotesis Parsial

Berikut ini Tabel Uji Hipotesis Parsial (Uji-t).

Tabel. Uji Hipotesis Parsial

Model	Unstandardized Coefficients	T	Sig.
	B		
1 Kualitas Produk	1.867	.717	.475
Harga	.326	5.015	.000
Kualitas Pelayanan	.293	4.687	.000
Kualitas Produk	.294	4.907	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan Tabel diatas menunjukkan bahwa:

1. Kualitas produk memiliki t_{hitung} 5.015 dan t_{tabel} 1,655 maka t_{hitung}>t_{tabel} (5.105>1,655) dan sig.0.000<0,05. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu : kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.
2. Harga memiliki t_{hitung} 4.687 dan t_{tabel} 1,655 maka t_{hitung}>t_{tabel} (4.687>1,655) dan sig. 0.000<0,05. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu: harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputu-

san pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

3. Kualitas pelayanan memiliki t_{hitung} 4.907 dan t_{tabel} 1,655 maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4.907 > 1,655$) dan $sig.0.000 < 0,05$. Ini menyatakan hipotesis diterima yaitu: kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan Hasil dan Pembahasan, maka kesimpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.
2. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.
3. Pengujian hasil secara parsial menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.
4. Pengujian hasil secara simultan menunjukkan bahwa Kualitas produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT Mark Dynamic Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, Hasan, 2013. *"Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan"*. Yogyakarta : Center for Academic Publising Servive.
- Arm Armstrong, Kotler 2015, *"Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition"* Englangga Pearson Education, Inc
- Cristiani D. Manengal. 2015. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Esa Genangku (Esacom) Manado". *Jurnal Emba*.
- Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam .2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Keller, 2012, *Marketing Management: 14 Edition*, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc.
- Kotler dan Gary Amstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga.
- Marwanto, Aris. 2015. *Marketing sukses*. Yogyakarta: Kobis.
- Sudharto P. Hadi. 2017. *Perilaku Konsumen*. Universitas Diponegoro : Semarang.

- Suchaeri, Heri. 2012. *Total Customer Percepatan Laba Sepanjang Masa*. Solo: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Sugiono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Cetakan ke-15. Bandung: Alfabeta, Cv.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Virginia Meryanta Panjaitan. 2016. Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Penelitian Administrasi Bisnis*.