

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaam

Mikhael Billy Enru
J. A. F. Kalangi
Olivia F. C. Walangitan

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi
Email: billy.enru27@gmail.com

Abstract. *This study aims to determine the effect of price on purchasing decision at Bengkel Planet Motor Tumpaam. This study uses quantitative methods with simple linear regression analysis techniques. The population in this study are consumers who have made a purchase at Bengkel Planet Motor Tumpaam. The sample used is 60 respondents. Statistical tests carried out were validity test, reliability test, simple correlation coefficient, simple regression, partial test, and determination test. Through a partial test, it was found that price had an effect on purchasing decisions and through a determination test, it was found that price had an effect of 51.6% on purchasing decisions.*

Keywords: *Price, Purchasing Decisions*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari harga pelayanan terhadap keputusan pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaam. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Bengkel Planet Motor Tumpaam. Sampel yang digunakan adalah 60 responden. Uji statistik yang dilakukan adalah uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi sederhana, uji regresi linier sederhana, uji parsial, dan uji determinasi. Melalui uji parsial didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan melalui uji determinasi, didapatkan hasil bahwa harga berpengaruh sebesar 51,6% terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk hidup yang memiliki kelebihan dibandingkan dengan makhluk-makhluk lainnya. Manusia juga merupakan makhluk social yang membutuhkan manusia-manusia lain dalam menjalankan kehidupannya. Dalam hidup bermasyarakat manusia selalu berhubungan satu sama lain, hal ini dikarenakan untuk mencukupi kebutuhan-kebutuhan dalam hidupnya. Hubungan yang terjadi antara satu manusia dengan manusia lainnya murni dilandasi akan kebutuhan. Kebutuhan yang dimaksud tidak hanya kebutuhan primer seperti pangan, papan, dan juga sandang, melainkan juga kebutuhan sekunder seperti, kendaraan, alat komunikasi, dan bahkan pergaulan hidup.

Ada berbagai macam jenis bisnis yang berkenan dengan produksi akan suatu produk, salah satunya bengkel motor. Bengkel motor merupakan suatu usaha yang bergerak dibidang produksi barang. Usaha bengkel motor memiliki berbagai macam produk yang dilaksanakan sesuai dengan kebutuhan dan pesanan dari lapangan. Semua usaha pasti mengharapkan profit atau keuntungan dari usaha yang dijalankan. Bengkel motor melakukan

usaha dengan memprioritaskan produksinya sesuai dengan pesanan pelanggan. Walaupun demikian, usaha bengkel motor juga mementingkan agar pelanggan juga meningkat sehingga usaha yang dilakukan tetap produktif.

Pada saat ini barang yang paling banyak di cari yaitu veleg, step, dan kenalpot. Yang unggul barang yang terjual di setiap bengkel seperti ganti ban itu yang sering di temui di setiap bengkel. Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah harga.

Salah satu bengkel yang ada di Minahasa Selatan adalah Planet Motor Tumpaam. Planet Motor Tumpaam menjual berbagai macam peralatan motor di antaranya Velg, Ban, Visor, Rantai, Gear, Step, Jok, Mika depan, Mika belakang, Selain menjual berbagai peralatan motor, Planet Motor Tumpaam juga membuka las atau untuk kendaraan roda empat. Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti menyimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel planet motor tumpaam?” serta tujuan masalah dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah harga

berpengaruh terhadap keputusan pembelian di bengkel planet motor.

Kajian Teori

Teori Harga

Harga adalah nilai yang harus di bayarkan oleh konsumen kepada penjual atas barang atau jasa yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nolai suatu barang yang di temukan oleh penjual. Penggunaan istilah “harga” umumnya dipakai dalam kegiatan jual-beli suatu produk, baik itu barang maupun jasa. Harga jual ditentukan oleh penjual dan mengambil keuntungan dari harga tersebut, sedangkan konsumen mendapatkan kebutuhannya dengan membayar produk tersebut dengan harga yang ditentukan. Menurut Kotler dan Amstrong (2011), pengertian harga adalah sejumlah uang yang di bebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus di bayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Menurut Joko Untoro (2010), definisi harga adalah kemampuan yang dimiliki oleh suatu barang atau jasa, yang dinyatakan dalam bentuk uang.

Menurut Samsul Ramli (2013), pengertian harga adalah nilai relative yang dimiliki oleh suatu produk. Nilai tersebut bukanlah indicator pasti yang menunjukkan besarnya sumber daya yang dibutuhkan untuk menghasilkan produk. Harga menurut Stanton (2014), beberapa faktor yang biasanya memengaruhi keputusan penetapan harga, antara lain:

1. Permintaan Produk
2. Target Pangsa Pasar
3. Reaksi Persaingan
4. Penggunaan strategis penetapan harga
5. Produk, saluran distribusi, dan promosi

Teori Keputusan Pembelian

Definisi keputusan pembelian menurut Nugroho (2010:38) adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternative, dan Berdasarkan pendapat para ahli diatas maka dapat di sampaikan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternative pilihan yang ada dan proses integrasi yang merekomendasikan sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku yang alternative dan memilih salah satu diantaranya.

Dalam membeli suatu produk, konsumen biasanya melalui 5 (lima) tahap proes keputusan pembelian. Walaupun hal ini tidak selalu terjadi karena konsumen bias melewati beberapa tahap urutanya, namun kita akan menggunakan model dibawah ini, karena model itu menunjukkan proses

pertimbangan selengkapnya yang muncul pada saat seseorang konsumen melakukan pembelian.

Menurut Philip kotler (2012-170) ada lima tahap dalam proses keputusan pembelian, yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian

Hubungan Harga Dengan Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (1996) dalam keadaan normal permintaan dan harga mempunyai hubungan yang negative atau baik. Artinya semaking tigggi harga di tetapkan semakin kecil permintaan. Sedangkan hubungan antara harga dengan keputusan pembelian yaitu harga mempengaruhi keputusan konsumen dalam elakukan pembelian, semakin tinggi harga maka keputusan pembelian semakin rendah dan sebaiknya jika harga rendah keputusan pembelian berubah mejadi tinggi.

Augusty Ferdinand (2012) harga merupakan salah satu variable penting dalam pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pemasaran, dimana harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk karena berbagai alasan. Alasan ekonomis akan menunjukkan bahwa harga yang rendah atau harga yang selalu berkopetensi merupakan salah satu pemicu penting untuk mengingatkan kinerja pemasaran, tetapi alasan psikologis dapat menunjukkan bahwa harga justru merupakan indicator kualitas dan karena itu di rancang sebagai salah satu instrument penjualan sekaligus sebagai instrument kompetisi yang menentukan.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah melakukan pembelian barang atau jasa di Bengkel Planet Motor Tumpaan. Merujuk pada teori roscoe poin pertama yaitu ukuran sampel yang baik adalah berkisar antara 30 – 350 maka peneliti menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 60 responden.

1. Uji Instrumen

Uji instrument dalam penelitian ini terdiri dari 2 yaitu uji validitas dan uji reliabilitas. Menurut Arikunto (3013:211) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kasasihan suatu instrument. Dalam uji validitas pada penelitian ini, kuisisioner dikatakan valid jika $R_{hitung} > R_{tabel}$ sedangkan sebaliknya, kuisisioner akan dikatakan tidak valid jika $R_{hitung} < R_{tabel}$. Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apanila dilakukan

pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang dengan menggunakan alat pengukur yang sama. Dalam uji reliabilitas pada penelitian ini, kuisisioner dikatakan reliabel jika $\text{Alpha} > R_{\text{tabel}}$ sedangkan sebaliknya, kuisisioner akan dikatakan tidak reliabel jika $\text{Alpha} < R_{\text{tabel}}$.

2. Analisis Koefisien Korelasi

Nilai R berkisar antara 0 sampai 1, nilai semakin mendekati 1 berarti hubungan yang terjadi semakin kuat, sebaliknya nilai semakin mendekati 0 maka hubungan yang terjadi semakin lemah.

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana. Menurut Syofian Siregar (2017:284) regresi linear sederhana regresi sederhana yang di gunakan hanya untuk suatu variable bebas dan satu variable tak bebas. Variable dalam penelitian ini yaitu harga sedangkan variable terikat yaitu keputusan pembelian. Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut: $Y = a + b.X$

4. Uji Parsial

Uji parsial (uji statistic t) dalam penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel independen. Taraf signifikan yang peneliti gunakan dalam uji t ini adalah pada tingkat 5% (0,05). Apabila nilai signifikansi $< 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, sebaliknya apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka dinyatakan bahwa variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. (Sugiyono, 2013:270)

5. Uji Determinasi (R^2)

Menurut Kuncoro (2013:246) Uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Nilai koefisien determinasi / R^2 berada pada rentang angka nol (0) dan satu (1). Jika nilai koefisien determinasi yang mendekati angka nol (0) berarti kemampuan model dalam menerangkan variabel terikat sangat terbatas. Sebaliknya apabila nilai koefisien determinasi variabel mendekati satu (1) berarti kemampuan variabel bebas dalam menimbulkan keberadaan

Hasil Penelitian

Melalui penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil bahwa responden berusia 20-29 tahun lebih dominan dengan persentase 63,3% dan responden berumur 30-49 tahun lebih kecil jumlahnya dengan persentase 36,7%. Peneliti juga mendapatkan hasil bahwa responden berjenis kelamin laki-laki lebih dominan dalam penelitian ini dengan persentase 60,0% sedangkan responden perempuan lebih kecil jumlahnya dengan persentase yaitu 40,0%.

Hasil Uji Validitas

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan valid jika $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak valid jika nilai $R_{\text{hitung}} < R_{\text{tabel}}$ pada nilai signifikansi 0,05.

$$R_{\text{tabel}} = n - 2 = 60 - 2 = 58 = 0,2542$$

1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 4 kuisisioner variabel X yang masing-masing mewakili 1 indikator dalam harga. Hasil yang didapat adalah nilai R_{hitung} X.1 0,429, X.2 0,470, X.3 0,597, dan X.4 0,548. Jika melihat hasil yang didapat maka terlihat bahwa nilai R_{hitung} yang berjumlah 4 item kuisisioner jumlahnya $> R_{\text{tabel}}$ (0,2542). Sehingga didapatkan jawaban bahwa $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$. Artinya bahwa semua kuisisioner variabel X (harga) dalam penelitian ini bersifat valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Validitas Y

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan 5 kuisisioner variabel Y yang masing-masing mewakili 1 indikator dalam keputusan pembelian. Hasil yang didapat adalah nilai R_{hitung} Y.1 0,378, Y.2 0,591, Y.3 0,407, Y.4 0,607, dan Y.5 0,437. Jika melihat hasil yang didapat maka terlihat bahwa nilai R_{hitung} yang berjumlah 5 item kuisisioner jumlahnya $> R_{\text{tabel}}$ (0,2542). Sehingga didapatkan jawaban bahwa $R_{\text{hitung}} > R_{\text{tabel}}$. Artinya bahwa semua kuisisioner variabel Y (keputusan pembelian) dalam penelitian ini bersifat valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Uji Reliabilitas

Kuisisioner dalam penelitian ini dikatakan reliabel jika $\alpha > R_{\text{tabel}}$ pada nilai signifikansi 0,05. Sebaliknya, item dikatakan tidak reliabel jika nilai $\alpha < R_{\text{tabel}}$ pada nilai signifikansi 0,05. $R_{\text{tabel}} = n - 2 = 100 - 2 = 98 = 0,1956$

1. Uji Reliabilitas Variabel X

Item kuisisioner variabel X (kualitas pelayanan) yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 4 kuisisioner. Melalui uji reliabilitas, didapatkan hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel X (harga) adalah 0,464. Sehingga didapatkan hasil bahwa $\alpha > R_{\text{tabel}}$ atau $0,464 > 0,1956$ sehingga didapatkan jawaban bahwa kuisisioner variabel X (harga) dalam penelitian ini bersifat reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

2. Hasil Uji Reliabilitas Y

Item kuisisioner variabel Y (keputusan pembelian) yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 5 kuisisioner. Melalui uji reliabilitas, didapatkan hasil bahwa nilai *Cronbach's Alpha* dari variabel Y (keputusan pembelian) adalah 0,578. Sehingga didapatkan hasil bahwa $\alpha > R_{\text{tabel}}$ atau

0,368 > 0,2542 sehingga didapatkan jawaban bahwa kuisisioner variabel Y (keputusan pembelian) dalam penelitian ini bersifat reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini.

Koefisien Korelasi

		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	0.626
	Sig. (2-tailed)		0.001
	N	60	60
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	0.261	1
	Sig. (2-tailed)	0.001	
	N	60	60

Sumber: Hasil Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2021

Berdasarkan hasil yang didapatkan dalam penelitian ini, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai sig 0,001 < 0,05 maka bisa dijelaskan bahwa kuisisioner dalam penelitian ini saling berkorelasi. Nilai *Pearson correlation* adalah positif dengan jumlah 0,626 maka dapat dijelaskan bahwa harga berhubungan secara positif terhadap keputusan pembelian dan tingkat derajat hubungan antara variabel X (harga) dan variabel Y (keputusan pembelian) dalam penelitian adalah sedang.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Model		Unstand. Coeff.		Stand. Coeff.	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	26.372	3.366		7.834	0.000
	Harga	.271	0.176	0.126	5.968	0.337

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel tersebut maka peneliti mendapatkan hasil sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 26,372 mengandung arti bahwa nilai konstanta variabel harga adalah sebesar 26,372 dan Koefisien regresi X sebesar 0,271 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai harga, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 0,271.
2. Koefisien regresi tersebut bernilai positif. Sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X (harga) terhadap variabel Y (keputusan pembelian) adalah positif.

Hasil Uji Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.126 ^a	0.516	-0.001	1.166

a. Predictors: (Constant), Harga

Sumber: Olah Data Menggunakan SPSS 25, 2021

Melalui uji determinasi yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* adalah sebanyak 0,516. Hal ini menunjukkan hasil bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan adalah sebesar 51,6%, sedangkan sisanya yaitu sebesar 48,4% dijelaskan oleh variabel-variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Parsial (t)

Hasil dari uji parsial dalam penelitian ini dapat dilihat melalui tabel *Coefficients* di atas. Hasil dari uji parsial dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut; didapatkan jawaban bahwa Nilai $t_{tabel} = t(a/2; n-k-1) = t(0,05/2; 60-2-1) = 2,00247$ Berarti nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,968 > 2,00247$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga peneliti mendapatkan hasil yaitu hipotesis yang dikemukakan oleh peneliti yaitu “harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan” dapat diterima.

Pembahasan

Melalui uji validitas, peneliti mendapatkan hasil bahwa semua kuisisioner variabel harga yang berjumlah 4 item kuisisioner dalam penelitian ini valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Untuk variabel keputusan pembelian yang terdiri dari 5 item kuisisioner hasilnya juga adalah valid sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Dapat dikatakan valid karena seluruh nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$.

Melalui uji reliabilitas, peneliti mendapatkan hasil bahwa semua kuisisioner variabel harga yang berjumlah 4 item kuisisioner dalam penelitian ini reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Untuk variabel keputusan pembelian yang terdiri dari 5 item kuisisioner hasilnya juga adalah reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. Dapat dikatakan reliabel karena seluruh nilai $\alpha > R_{tabel}$.

Melalui uji regresi linier sederhana, peneliti mendapatkan hasil bahwa arah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian adalah positif. Ini terlihat dari nilai yang didapatkan bersifat positif dan bukan negative.

Melalui koefisien korelasi sederhana, peneliti mendapatkan hasil bahwa variabel dalam penelitian ini saling berkorelasi serta derajat tingkat hubungan adalah 0,626 yang artinya derajat tingkat hubungan antara variabel adalah tinggi.

Melalui uji determinasi, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai *R Square* pada tabel *Model Summary* adalah sebesar 0,516 ini berarti bahwa pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di

Bengkel Planet Motor Tumpaan adalah sebesar 51,8% dan sisanya yaitu 48,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Melalui uji parsial, peneliti mendapatkan hasil bahwa nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($5,968 > 2,00247$), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hipotesis yang berbunyi “Harga Berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan” dapat diterima.

Peneliti juga mencoba membandingkan penelitian yang saat ini dilakukan dengan penelitian terdahulu. oleh Cindy Magdalena Gunarsih, Johnny F. Kalangi, Lucky F. Temengkel (2021) “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang” Setelah dilakukan perbandingan antara penelitian yang saat ini dilakukan oleh peneliti dengan jurnal tersebut, peneliti mendapatkan hasil bahwa metode penelitian yang digunakan adalah sama yaitu metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Dalam jurnal tersebut terlihat bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan persentase 91,2%. Hasil tersebut hampir sama dengan hasil yang didapat oleh peneliti dalam penelitian ini dimana harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan dengan persentase 51,6%.

Melalui perbandingan dengan penelitian terdahulu oleh Olwinda Politon, Lucky F. Tamengkel, Anneke Y. Punuindong (2021) “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. Setelah dilakukan perbandingan antara penelitian yang saat ini dilakukan oleh peneliti dengan jurnal tersebut, peneliti mendapatkan hasil bahwa metode penelitian yang digunakan adalah berbeda karena jurnal tersebut menggunakan teknik analisis linier berganda sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti saat ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Namun walaupun menggunakan teknik analisis data yang berbeda, tetapi variabel X yang ada dalam penelitian saat ini termasuk dalam salah satu variabel harga pada jurnal tersebut sedangkan untuk variabel keputusan pembelian kedua penelitian memiliki variabel keputusan pembelian yang sama yaitu keputusan pembelian.

Dalam jurnal tersebut terlihat hasil bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian sedangkan hasil yang didapat oleh peneliti saat ini adalah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa walaupun memiliki variabel harga dan variabel keputusan pembelian yang sama, tetapi hasilnya dapat berbeda-beda pada subjek yang diteliti.

Kesimpulan

Setelah melalui berbagai uji statistik yang dilakukan, peneliti mendapatkan hasil bahwa semua kuisisioner variabel X (harga) dan variabel Y (keputusan pembelian) adalah valid dan reliabel sehingga dapat digunakan dalam penelitian ini. H_1 yang dikemukakan sebelumnya yaitu “harga secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Bengkel Planet Motor Tumpaan” terbukti benar dan dapat diterima. Terlihat bahwa harga berpengaruh sebesar 51,6% terhadap keputusan pembelian.

Melihat kesimpulan yang ada bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka peneliti memberikan saran untuk perusahaan agar dapat memberikan harga yang sesuai dengan barang atau jasa yang ditawarkan agar dapat menarik minat serta keputusan pembelian dari konsumen. Semakin bagus penawaran harga yang diberikan, maka akan semakin naik pula minat serta keputusan pembelian dari pelanggan.

Daftar Pustaka

- Amstrong dan Kotler, (2007) *Marketing and Introdution (Eight Edition)*, Pearson Prentice Hall, New Jersey.
- Philip Kotler (2010) *Pengertian Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Alma (2010) *Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT Alfabeta
- Kotler Amstrong (2011) *Pemasaran: Analisi, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jakarta: PT. Perhallindo.
- Limpiyoadi (2013) *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Empat.
- Stanton (2014) *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Modern*. Jakarta: PT Grasindo Persada.
- Augusty Ferdinan (2014). *Metode Penelitian*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler (2015) *Pemasaran, Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prehalindo
- Kotler dan Keller. 2009. *Menejemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Gunarsih. C. M. J. F. Kalangi, L. F. Temengkel (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Productivity. Vol. 2 (1)*. pp 69-72