

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian *Pizza Hut* di Outlet Kota Bitung

Immanuel Kawengian
Johny R. E. Tampi
Aneke Y. Punuindoong

Program Studi Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi
Email: imankawengian@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine and analyze the effect of product quality on purchasing decisions, the effect of price on purchasing decisions and the effect of product quality, and price simultaneously on pizza hut purchasing decisions at Bitung City Outlets. This study uses a survey method and the data collection process is carried out by distributing questionnaires to Pizza Hut consumers at the Bitung City Outlet. The sampling technique used was the Roscoe technique, with a total sample of 100 respondents. The data analysis technique used multiple linear regression. The results showed that: 1. There was no influence of product quality on the Pizza Hut Purchase Decision at the Bitung City Outlet, 2. There was not an influence of Price on the Pizza Hut Purchase Decision at the Bitung City Outlet 3. Simultaneously there was an effect of Product Quality and Price on the Pizza Purchase Decision. Hut at Bitung City Outlet.*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis: Pengaruh kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian dan Pengaruh kualitas Produk, Dan Harga secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung. Penelitian ini menggunakan metode survey dan proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner-kuesioner kepada konsumen Pizza Hut di Outlet Kota Bitung. Teknik penarikan sampel menggunakan Teknik Roscoe, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1. Terdapat pengaruh kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung, 2. Tidak Terdapat pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung 3. Secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Perkembangan dinamika kehidupan manusia di era globalisasi saat ini terjadi begitu pesat baik dalam bidang teknologi maupun pendidikan. Tidak hanya terjadi pada sektor pendidikan ataupun teknologi, tetapi terjadi juga pada dinamika kehidupan manusia yang semakin berkembang dengan perkembangan zaman yaitu gaya hidup yang mulai berubah dari kalangan zaman millenium sampai zaman milenial sekarang ini. Seiring berjalannya waktu, perubahan gaya hidup manusia terjadi juga pada perilaku manusia yang menginginkan kepraktisan, karena sesuatu yang praktis sangat membantu keberlangsungan hidup manusia di masa sekarang ini, sehingga semua dapat dilakukan dengan mudah. Yaitu salah satunya adalah kepraktisan dalam mengkonsumsi makanan, yang dikenal dengan makanan cepat saji dalam bahasa inggrisnya fast food. Tribunnews.com yang

diterbitkan pada Januari 2016 menuliskan bahwa tren terbaru masyarakat Indonesia lebih suka makanan cepat saji, kemudian dalam media online tribunnews.com tertulis survei menurut MasterCard, bertajuk Consumer Purchasing Priorities, sebanyak 80 persen orang

Indonesia lebih memilih untuk bersantap di outlet cepat saji. Karena hal demikian, sehingga membuat makanan cepat saji menjadi salah satu trend bisnis di zaman modernisasi saat ini, dan kemudian mengakibatkan ketertarikan bagi beberapa masyarakat yang ingin membuka restoran-restoran cepat saji.

Pizza Hut menjadi salah satu pesaing restoran cepat saji yang hadir di Kota Bitung, dan menjadi daya tarik baru bagi masyarakat Kota Bitung. Perkembangan restoran sejenis membuat lebih tertantang dan harus menunjukkan keunggulan-keunggulan dari setiap produk disertai harga yang

sesuai dari perusahaan tersebut, dengan memberikan penawaran-penawaran terbaik bagi konsumen untuk menarik perhatian dan menjadi pilihan masyarakat. Strategi restoran dalam menarik perhatian masyarakat adalah kualitas produk dan harga.

Pizza Hut menawarkan berbagai macam produk mulai dari harga yang paling murah produk Pizza Hut yaitu Pizza Personal Rp. 35.000, serta produk pizza hut dengan harga paling mahal yaitu Limo Pizza Rp. 229.000, dan juga ada harga yang ditawarkan lewat ukuran pizza yang dipesan Rp. 99.000,- (Pizza Reguler), Rp. 133.000,- (Pizza Large). Adapun produk pizza hut yang paling banyak diminati yaitu Meat Lovers, Tuna Melt, dan Limo Pizza. Berdasarkan beberapa hal diatas kedua restoran cepat saji ini mempunyai keunikan masing-masing mulai dari produk dan harganya. Seperti restoran KFC tidak menyediakan produk sejenis pizza, tetapi keduanya adalah restoran sejenis yaitu restoran cepat saji, maka dari itu Pizza Hut mempunyai peluang untuk membuka outlet di Kota Bitung, oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pizza Hut di Outlet Kota Bitung”

Berdasarkan latar belakang masalah maka dapat dirumuskan masalah penelitian yaitu 1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung ? 2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung ? 3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung ?

Bedasarkan rumusan masalah yang ditemukan di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut 1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung 2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung. 3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan kualitas produk sebagai *“the ability of a product to perform its functions. It includes the product’s overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes”*. Artinya kualitas produk berhubungan erat dengan kemampuan produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keseluruhan produk, keandalan, ketepatan,

kemudahan pengoperasian dan perbaikan, dan atribut bernilai lainnya. Selanjutnya dinyatakan bahwa kualitas produk merupakan salah satu sarana posisi utama dalam pasar, karena kualitas produk mempunyai dampak yang sangat besar kepada pelanggan untuk membeli suatu produk.

Menurut Kotler and Armstrong, 2001, kualitas produk adalah kapasitas suatu produk dalam mempertunjukkan manfaatnya, hal itu termasuk keseluruhan reliabilitas, ketelitian, durabilitas, kelancaran pelaksanaan dan reparasi suatu produk atau keunikan produk lainnya. Selanjutnya kualitas produk juga dapat diartikan sebagai kesesuaian produk dengan harapan konsumen atas biaya yang harus ditanggung oleh konsumen apabila membeli barang tersebut.

Harga

Menurut Kotler dan Amstrong (2004), harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sesuatu barang yang bernilai pasti memiliki harga karena sesuatu yang bernilai pasti disertai dengan harga yang sesuai.

Menurut Tjiptono (2002) pengertian harga dari sudut pandang pemasaran yaitu merupakan satuan moneter yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan barang, sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai bagaimana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang. Berdasarkan beberapa definisi di atas bahwa harga sangat penting untuk sebuah produk karena harga dapat menunjang hidupnya perusahaan dengan penetapan harga yang tepat dan sesuai, sehingga sebuah perusahaan akan mendapatkan laba atau keuntungan dalam keberlangsungan perkembangan sebuah perusahaan.

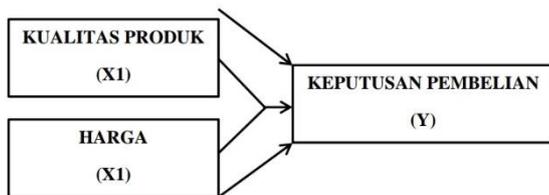
Keputusan Pembelian

Menurut Kotler (2011), keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk yang sudah dikenal masyarakat. Serta menurut Kotler dan Armstrong (2008) Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian. Dalam kehidupan manusia, tentunya ada yang melakukan kegiatan yang

menghasilkan atau menguntungkan yaitu disebut jual beli. Kegiatan jual beli ini untuk mendapatkan keuntungan berupa uang yang dilakukan oleh manusia. Dalam kegiatan ini seseorang yang akan membeli suatu produk pasti melakukan pertimbangan terlebih dahulu, untuk mendapatkan keputusan dalam membeli suatu barang atau makanan.

Kerangka Pemikiran

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Hipotesis penelitian ini sebagai berikut:

- H 1. Terdapat pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di outlet Kota Bitung
- H 2. Terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di outlet Kota Bitung
- H 3. Terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Pizza Hut di outlet Kota Bitung

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif Deskriptif yakni mengumpulkan, menyusun, mengolah serta menganalisis data dalam bentuk yakni angka yang dalam praktiknya diberikan perlakuan tertentu yang diteliti didalamnya. Menurut Sugiyono (2010) penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Lokasi penelitian bertempat di outlet Pizza Hut Kota Bitung. Adapun waktu untuk melakukan pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berjangka 3 bulan, yakni pada bulan Januari – Maret 2022, Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Pizza Hut Kota Bitung Dan Penentuan sampel penelitian sebesar 60 orang Konsumen dengan Menggunakan Rumus Roscoe, menggunakan semua dari populasi. Uji instrumen penelitian menggunakan uji validitas dan

reliabilitas. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah Teknik analisis korelasi berganda (multiple correlation) merupakan angka yang menunjukkan arah dan kuatnya hubungan antara dua atau lebih variabel bebas secara bersama-sama dengan variabel terikat. Analisis korelasi Berganda menunjukkan seberapa besar hubungan yang terjadi antara variabel. Dengan Menggunakan Metode (1); Uji Regresi linier Berganda, . Dan Uji Hipotesis dalam penelitian ini adalah (1); Uji Koefisien Determinasi, (2) Uji t Parsial. Dan Uji f Simultan.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk dengan 12 Pertanyaan, dengan masing-masing nilai r Hitung 1.(0,732), 2.(0,715), 3.(0,732) , 4. (0.792,) 5.(0,822), 6.(0.661), 7.(0,791), 8.(0.682). 9.(0,499), 10.(0,505), 11.(0,667), 12.(0,662).

Variabel Harga dengan 8 Pertanyaan, dengan masing-masing hasil r Hitung, 1.(0,788), 2.(0,740), 3.(0,713) , 4. (0.725,) 5.(0,639), 6.(0.639), 7.(0,731), 8.(0.781).

Variabel Keputusan Pembelian dengan 10 Pertanyaan, dengan masing-masing hasil r Hitung, 1.(0,752), 2.(0,733), 3.(0,732) , 4. (0.796,) 5.(0,830), 6.(0.674), 7.(0,790), 8.(0.601). 9.(0.534), 10.(0,484), Dari semua Hasil Uji dapat diketahui bahwa semua item pernyataan kuesioner semua dinyatakan valid, dengan R tabel 0,2542 karena sesuai dengan teknik pengambilan keputusan r hitung > r tabel.

Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Produk , Nilai Cronbach's Alpha Sebesar 0,890 , Variabel Harga 0,871 dan Variabel Keputusan Pembelian 0,875. Maka dinyatakan reliabel, dengan demikian dapat dipercaya, karena sesuai dengan kriteria pengambilan keputusan bahwa instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha > dari 0,05.

Koefisien korelasi Berganda

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,992 ^a	,983	,983	,75118

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 25 (2022)

Tabel Hasil Uji Korelasi Berganda

Nilai koefisien korelasi (R) penelitian ini adalah sebesar 0,992. Berdasarkan interpretasi besarnya nilai koefisien, maka variabel kualitas Produk, Dan Harga memiliki hubungan keeratan

yang sangat kuat terhadap variabel Keputusan Pembelian.

Regresi Linier Berganda

Tabel Hasil Uji Regresi linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,342	,603			2,227	,028
	Kualitas_Produk	1,009	,023	1,175		44,498	,000
	Harga	-,300	,036	-,218		-8,261	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan tabel di atas, $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Sehingga persamaan regresinya menjadi:

$$Y = 1,342 + 1,009X_1 + -,300X_2 + 0,05$$

Dari persamaan regresi berganda tersebut, dapat dilihat sebagai berikut:

Nilai konstanta Keputusan pembelian sebesar 1,213 berarti jika kualitas Produk, dan harga nilainya 0 atau konstan, maka Keputusan Pembelian (Y) nilainya sebesar 1,342

Nilai konstanta kualitas pelayanan sebesar 1,009 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas pelayanan, maka akan menyebabkan penurunan kepuasan konsumen sebesar 1,009. Dan sebaliknya, Nilai konstanta harga sebesar -,300 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% harga, maka akan menyebabkan penurunan keputusan pembelian sebesar -,300. Dan sebaliknya,

Koefisien Determinasi

Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,992 ^a	,983	,983	,75118

a. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 25 (2022)

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,983 menunjukkan bahwa besar persentase variasi keputusan pembelian yang bisa dijelaskan oleh variasi dari variabel kualitas produk, dan harga adalah sebesar 98,3%, sedangkan sisanya sebesar 1,7% dijelaskan oleh variabel-variabel lainnya di luar penelitian ini.

Uji T Parsial

Tabel hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,342	,603			2,227	,028
	Kualitas_Produk	1,009	,023	1,175		44,498	,000
	Harga	-,300	,036	-,218		-8,261	,000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 25 (2022)

Uji hipotesis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil tabel diatas dapat diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Variabel Keputusan Pembelian adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $44,498 > t$ tabel 2,000. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian

Uji hipotesis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian berdasarkan hasil diatas dapat diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh Variabel harga terhadap Variabel Keputusan Pembelian adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $-8,261 < t$ tabel 2,000. Sehingga, dapat disimpulkan Tidak terdapat pengaruh variabel harga terhadap keputusan.

Uji F Simultan

Tabel hasil Uji f

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	3233,375	2	1616,688	2865,054	,000 ^b
	Residual	54,735	97	,564		
	Total	3288,110	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas_Produk, Harga

Sumber: Data Olahan IBM SPSS Versi 25 (2022)

Berdasarkan hasil regresi pada tabel, menunjukkan pengaruh variabel kualitas Produk dan harga terhadap variabel Keputusan Pembelian dengan nilai Fhitung sebesar 2865.054 lebih besar dari Ftabel sebesar 2,75, dengan signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu 0,05.

Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung.

Pembahasan

Dari hasil uji penelitian, variabel kualitas Produk berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian,

Kualitas Produk akan mempengaruhi keputusan Pembelian. ditemukan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Karena dengan kualitas Produk yang bagus akan membuat konsumen untuk membeli produk yang di jual oleh perusahaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Yang di mana berarti di Harga tidak berpengaruh di Pizza Hut menurut Para Konsumen, Yang mana bahwa Harga adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Yang berarti harga menjadi

sangat penting di pizza hut karena jika harga Yang mahal pasti mempengaruhi keputusan Pembelian konsumen dalam mengambil keputusan Pembelian.

Dari hasil uji penelitian, variabel kualitas Produk, Dan Harga berpengaruh positif signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Yang dimana Berarti bahwa Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pizza hut di outlet Kota Bitung. Yang dimana Keputusan Pembelian para konsumen di lakukan dengan melihat kualitas Produk dan harga yang mereka anggap sebagai dasar keputusan pembelian

Yang dimana Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian Igir, Tampi, & Taroreh (2018) dalam Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang).

Penelitian ini Sejalan dengan Penelitian yang dilakukan oleh Fure, Lopian, Taroreh (2015) dengan judul Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di J.Co Manado.

Yang dimana hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Igir, Tampi, & Taroreh (2018) dengan judul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang).

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan maka kesimpulan dalam penelitian ini adalah kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung. Harga tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pizza hut di outlet Kota Bitung. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian izza hut di outlet Kota Bitung.

Referensi

Benaino, C. A, Tampi, J. R. E, Tumbel, M. T. 2017. *Pengaruh Harga Terhadap usaha meningkatkan volume penjualan Mobil Xenia Pada PT. Daihatsu Tbk Cabang Malalayang Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol. 6 No.003.

Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Ghozali. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19*, Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Igir, F. G., Tampi, J. R., & Taroreh, H. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 6 No 002.

Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol. 8 No. 02

Kotler, P. & Keller, K. L. 2009. *Manajemen Pemasaran, (Edisi Ketigabelas)*. Ja-karta: Erlangga.

Kotler, P. and G Armstrong. 2004. *Principle of Marketing: 10thnEdition*. New Jersey: prentice Hall.

Puspitasari, I., Sumampouw, H. J., & Punuindoong, A. Y. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kesesuaian Harga Terhadap Peningkatan Penjualan Beras Premium Pada Perum Bulog Divisi Regional Sulawesi Utara Dan Gorontalo (Studi Kasus Pada Konsumen Wilayah Kota Manado)*. Jurnal Administrasi Bisnis, Vol 6 No 02.

Gunarsih C. M, Kalangi J. A. F, Tamengkel, L. F, 2021. *Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang*. Jurnal Prductivity, Vol. 2 No. 1.

Neisisa C. T, Kalangi J. A. F. Walangitan. O. 2018. *Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Produk Motor Yamaha Mio Pada PT. Hasjrat Abadi Outlet Karombasan Manado*, Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 6, No. 003

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Metho)*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono. F. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.

Tjiptono, F. 2010. *Prinsip-Prinsip Total Quality Sevice*. Yogyakarta: Andi.