

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIMBANGAN DIGITAL YANG BERDAMPAK PADA KEPUASAN PELANGGAN PT VGA SCALE INDONESIA CABANG SURABAYA

Oleh

Ilma Kirana¹

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Mahardika, Surabaya

Email : [ilmakirana.ik@gmail.com¹](mailto:ilmakirana.ik@gmail.com)

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) melalui Keputusan Pembelian (Z) timbangan digital pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya secara signifikan maupun tidak. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya. Data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan sampel penelitian sebanyak 82 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Alat Uji yang digunakan adalah teknik analisis jalur (Path Analysis) dengan menggunakan software SPSS 26.0. Setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang telah diajukan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$, Kualitas produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$, Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z) dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, Harga (X_2) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan signifikansi $0,001 < 0,05$, Keputusan pembelian (Z) mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi $0,013 < 0,05$, Lalu kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z) serta Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z).

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

ABSTARCT

This research was conducted to find out the effect of Product Quality (X_1) and Price (X_2) on Customer Satisfaction (Y) through the Purchase Decision (Z) of digital scales at PT VGA Scale Indonesia Surabaya Branch significantly or not. This research was conducted using quantitative research. The population in this study were all customers of PT VGA Scale Indonesia Surabaya Branch. The data used are primary and secondary data using a sample of 82 respondents. Data collection techniques using a questionnaire. The test tool used was a path analysis technique (Path Analysis) using SPSS 26.0 software. After testing the hypothesis that has been proposed, the results of this study indicate that product quality (X_1) has a significant effect on purchasing decisions (Z) with a significant value of $0,000 < 0,05$, product

quality (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) with a significant value of $0.004 < 0.05$, Price (X2) significantly influences the purchase decision (Z) with a significance of $0,000 < 0.05$, Price (X2) influences customer satisfaction (Y) with a significance of $0.001 < 0.05$, Purchasing decision (Z) has a significant influence on customer satisfaction (Y) with a significance value of $0.013 < 0.05$. Then the product quality (X1) has a significant effect on customer satisfaction (Y) through a purchase decision (Z) and Price (X2) significantly influence customer satisfaction (Y) through a purchasing decision (Z).

Keyword : Quality Product, Price, Purchase Decision, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Modern ini perkembangan bisnis tumbuh berkembang pesat, hal tersebut membuat persaingan bisnis pun semakin bertambah ketat. Dalam kondisi seperti ini, Menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan suatu produk yang mempunyai nilai unggul dan mampu bersaing di pasar. Untuk itu, Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumen maupun pelanggannya.

PT VGA Scale Indonesia adalah salah satu perusahaan distributor / agen timbangan digital di Surabaya dengan merk *Jadever*, *T-Scale*, dan *Vibra*. Dimana masing – masing merk memiliki keunggulan dibandingkan produk yang lain. Namun, dalam 1 tahun terakhir perusahaan mengalami pengurangan dalam penjualan yang mengakibatkan penurunan omset. Hal tersebut karena beberapa faktor yakni adanya perusahaan baru yang sejenis, Kemudian harga yang ditawarkan kompetitor kami lebih murah. Maka dari itu, perusahaan ingin meningkatkan kembali omset yang menurun dengan memperkuat kepercayaan pelanggan bahwa produk yang dijual PT VGA Scale Indonesia merupakan produk yang memiliki kualitas bagus dan tahan lama.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?
2. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?
3. Apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?
4. Apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?
5. Apakah Keputusan Pembelian berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?
6. Apakah Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?

7. Apakah Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dan pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya, maka perlu ditentukan tujuannya yaitu sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya.
2. Untuk mengetahui adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap kepuasan pelanggan pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya.
3. Untuk mengetahui adanya pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya.
4. Untuk mengetahui adanya pengaruh Harga terhadap kepuasan pelanggan pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya.
5. Untuk mengetahui adanya pengaruh Keputusan Pembelian terhadap kepuasan pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya.
6. Untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya
7. Untuk mengetahui adanya pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian sebagai variabel *intervening* pada PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya

KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2012), *product quality is the ability of a product to perform its function, it includes the product's several durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes* dari pengertian tersebut diartikan kualitas produk adalah kemampuan produk untuk menampilkan fungsinya, hal ini termasuk waktu kegunaan dari produk, keandalan, kemudahan, dalam penggunaan dan perbaikan, dan nilai-nilai yang lainnya. Kualitas produk dapat ditinjau dari dua sudut pandang yaitu sudut pandang internal dan sudut pandang eksternal.

Harga

Menurut Harman Malau (2018:126), Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor – faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber – sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang akan diproduksi (permintaan).

Keputusan Pembelian

Menurut Buchari Alma (2013:96), bahwa Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people, dan proses. Sehingga

membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli”.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2013), kepuasan pelanggan adalah didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang di rasakan setelah pemakaian.

Hipotesis

H₁: Diduga kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z)

H₂: Diduga kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H₃: Diduga harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Z)

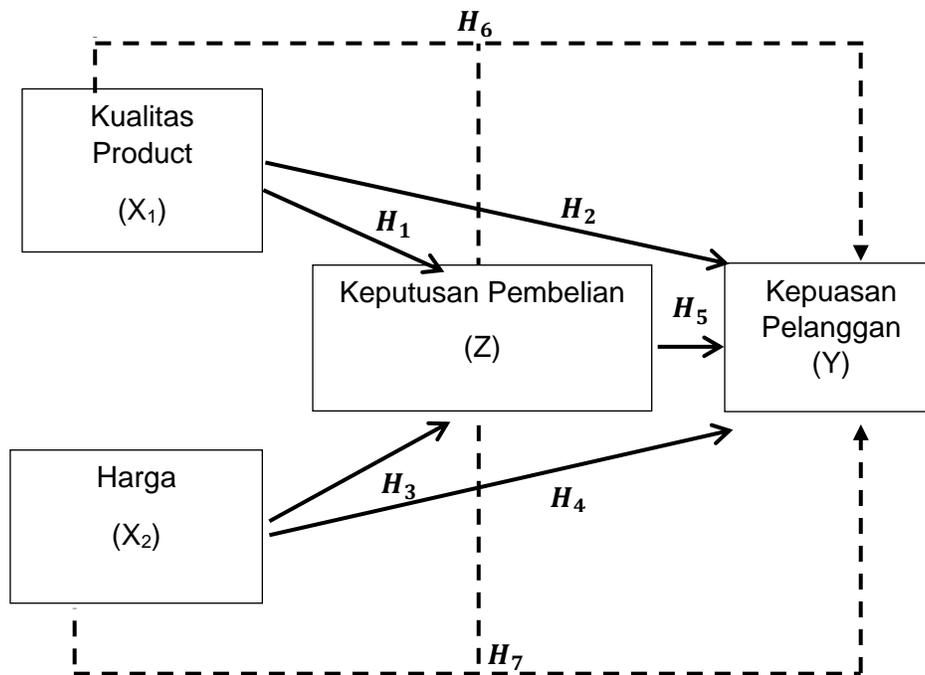
H₄: Diduga harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H₅: Diduga keputusan pembelian (Z) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y)

H₆: Diduga kualitas produk (X₁) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z)

H₇: Diduga Harga (X₂) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y) melalui keputusan pembelian (Z)

Kerangka Konseptual



Keterangan :

→ : Variabel Dependen

-- ➔ : Variabel Independen

Gambar 1 Kerangka Konseptual

Sumber : Diolah oleh Penulis, 2019

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya. Populasi dari penelitian ini adalah pelanggan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya selama masa penelitian 2 bulan, sehingga didapat sampel 82 orang responden dengan menggunakan rumus slovin. Pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang dianalisis menggunakan analisis jalur.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 1 Hasil Analisis Jalur Sub Struktur 1

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.612	1.332		.459	.647
	KP	.454	.092	.423	4.934	.000
	H	.485	.096	.432	5.041	.000

a. Dependent Variable: KPEM

Sumber : Olah Data SPSS 26

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)

Berdasarkan Uji Analisis Jalur tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta*nya sebesar 0,423 dengan tingkat nilai signifikansi 0,000. Dimana nilai signifikansi variabel X₁ 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hal ini sesuai dengan pernyataan Kotler dan Keller (2016:164), bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Penelitian yang dilakukan oleh Patria Nada Ritma Andita tahun 2016, dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Vixion di Sidoarjo”, juga menyatakan dimana kualitas produk memiliki pengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga (X₂) Terhadap Keputusan Pembelian (Z)

Berdasarkan Uji Analisis Jalur tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta*nya sebesar 0,432 dengan tingkat nilai signifikansi 0,000. Dimana nilai signifikansi variabel X₂ 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sesuai dengan pernyataan Harman

Malau (2018:126), bahwa Harga adalah alat pengukur dasar sebuah sistem ekonomi karena harga mempengaruhi alokasi faktor – faktor produksi. Dalam peranannya sebagai penentu alokasi sumber – sumber yang langka, harga menentukan apa yang harus diproduksi (penawaran) dan siapa yang akan memperoleh berapa banyak barang atau jasa yang akan diproduksi (permintaan). Penelitian terdahulu oleh Dhinis Inang Angguni pada tahun 2016 dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Ekspedisi (Jasa pengiriman barang) PT Sarana Bhakti Timur Surabaya, juga menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tabel 2 Hasil Analisis Jalur Sub Struktur 2

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.622	.940		.662	.510
	KP	.221	.074	.281	2.974	.004
	H	.280	.078	.341	3.591	.001
	KPEM	.202	.079	.276	2.553	.013

a. Dependent Variable: KPEL

Pengaruh Kualitas Produk (X₁) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan Uji Analisis Jalur tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta*nya sebesar 0,281 dengan tingkat nilai signifikansi 0,004. Dimana nilai signifikansi variabel X₁ 0,004 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal tersebut sesuai dengan pernyataan Kotler dan Amstrong (2014:11), Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Kualitas produk mempunyai dua dimensi tingkat dan konsistensi. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun tersirat.

Pengaruh Harga (X₂) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan Uji Analisis Jalur tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta*nya sebesar 0,341 dengan tingkat nilai signifikansi 0,001. Dimana nilai signifikansi variabel X₂ 0,001 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hana Herdiana Abdurrohman (2015:109), juga menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang berfungsi sebagai alat tukar untuk memperoleh produk atau jasa. Harga dapat juga diartikan penentuan nilai suatu produk di benak konsumen.

Pengaruh Keputusan Pembelian (Z) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan Uji Analisis Jalur tersebut, dapat diketahui bahwa nilai *Standardized Coefficients Beta*nya sebesar 0,276 dengan tingkat nilai signifikansi 0,013. Dimana nilai signifikansi variabel Z 0,013 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa secara langsung keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hal itu sesuai dengan pernyataan Winarno, Mananeke, & Ogi 2018, bahwa Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi spesifik terhadap keseluruhan pelayanan yang sudah diberikan oleh perusahaan, sehingga kepuasan konsumen hanya dapat dinilai berdasarkan pengalaman yang pernah dialami saat proses pembelian produk di perusahaan tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan pelanggan Melalui Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa pengaruh Kualitas Produk X_1 terhadap Kepuasan Pelanggan Y Melalui Keputusan Pembelian Z. Diketahui memiliki pengaruh langsung yang diberikan X_1 terhadap Z sebesar 0,423, sedangkan pengaruh tidak langsung sebesar 0,116. Maka pengaruh total yang diberikan X_1 terhadap Y adalah pengaruh tidak langsung yaitu $0,281 + 0,116 = 0,397$. Berdasarkan hasil perhitungan diatas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,281 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,116 yang berarti bahwa nilai pengaruh langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh tidak langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara langsung X_1 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan pelanggan Melalui Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan bahwa Harga X_2 terhadap Kepuasan Pelanggan Y Melalui Keputusan Pembelian (Z) diketahui pengaruh langsung yang diberikan X_2 terhadap Z sebesar 0,432. Sedangkan pengaruh tidak langsung X_2 terhadap Y melalui Z sebesar 0,019. Maka pengaruh total yang diberikan X_2 terhadap Y adalah pengaruh tidak langsung yaitu $0,341 + 0,019 = 0,360$. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa nilai pengaruh langsung sebesar 0,341 dan pengaruh tidak langsung sebesar 0,360 yang berarti bahwa nilai pengaruh tidak langsung lebih besar dibandingkan dengan nilai pengaruh langsung, hasil ini menunjukkan bahwa secara tidak langsung X_2 melalui Z mempunyai pengaruh signifikan terhadap Y.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil analisis data dan pembahasan, dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian begitu penting bagi perusahaan. Karena selain menguntungkan perusahaan, akan tetapi mendapatkan kepercayaan oleh pelanggan itu sangat penting bagi kelangsungan PT VGA Scale Indonesia. Dengan pelanggan puas dengan kualitas produk yang telah diberikan, tentunya akan terjadi lagi pembelian ulang selanjutnya.
2. Kualitas Produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kualitas produk yang disediakan oleh perusahaan tersebut memiliki daya ketahanan yang awet dan tidak gampang rusak. Tentu saja para pelanggan merasa puas karena produk yang dibeli sesuai dengan yang diinginkan.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian para pelanggan. Hal tersebut dikarenakan harga yang diberikan terjangkau. Kemudian harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang disediakan. Sehingga para pelanggan PT VGA Scale Indonesia memutuskan untuk menerima harga yang ditawarkan lalu memutuskan untuk melakukan pembelian.
4. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bagi para pelanggan PT VGA Scale Indonesia harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang memadai, tentunya membuat mereka merasa puas.
5. Keputusan pembelian memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT VGA Scale Indonesia.
6. Dari hasil analisis secara langsung kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia.
7. Dari hasil analisis secara langsung harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan melalui keputusan pembelian pada PT VGA Scale Indonesia.

SARAN

Dari hasil kesimpulan diatas, berikut beberapa saran yang dapat diberikan oleh penulis :

1. Bagi Perusahaan PT VGA Scale Indonesia Cabang Surabaya
 - a. Sebaiknya Mengenai kualitas produk, untuk kedepannya diharapkan PT VGA Scale Indonesia lebih memperhatikan kembali untuk *fitur* dan *performance* dari kualitas produk tersebut. Karena agar tetap menjadi kualitas produk yang handal dan tetap diinginkan oleh pelanggan PT VGA Scale Indonesia itu sendiri.
 - b. Untuk harga, perusahaan tetap harus mempertimbangkan dari segi kualitas produk yang diberikan ke para pelanggan PT VGA Scale Indonesia.
 - c. Pada Keputusan Pembelian harus benar – benar diperhatikan oleh perusahaan adalah ketika menawarkan produk dan harga harus sesuai. Sehingga pelanggan tetap memutuskan melakukan pembelian ulang pada PT VGA Scale Indonesia.

- d. Kepuasan Pelanggan PT VGA Scale Indonesia sangat perlu diperhatikan lebih jauh lagi, karena kepuasan pelanggan memberikan dampak yang sangat positif terhadap perusahaan, yaitu mendapat *feedback* baik dan dapat menjadi perusahaan yang *recommended* bagi kalangan timbangan.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi variabel – variabel yang sudah ada saat ini. Dan untuk teknik pengumpulan data dapat menggunakan selain kuesioner.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrohman, Hana Herdiana, 2015, *Manajemen Strategi Pemasaran*, Pustaka Setia, Cetakan Pertama, Bandung
- Anggraini, Elin Intan, Kadarisman dan Hidayat Sunarti, 2019, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Pembeli yang juga Menggunakan Kosmetik Wardah di Counter Wardah Matahari Department Store Malang Town Square)*, Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Vol. 73, No. 1, Hal: 120
- Anwari, Irfan Rasyid. 2018. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kangen Water (Studi Pada Cv Kangen Tirta Jaya Abadi Di Bandar Lampung)*. Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Assauri, Sofyan, 2015, *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep, dan Strategi)*, PT Raja Grafindo Persada, Cetakan ke-14, Jakarta
- Astuti, Rini, Ikhsan Abdullah, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah*, Jurnal Ilman Vol. 5, No. 2, Hal : 14-23, ISSN 2355-1488
- Fajrin, Fingky Verawati, dan Sampurno Wibowo, 2018, *Pengaruh Event Marketing Terhadap Brand Image Pada PT Pikiran Rakyat Bandung Tahun 2018*, Jurnal Manajemen Pemasaran Universitas Telkom Vol.4, No.2, Hal : 4, ISSN : 2442-5826
- Gain, Robert, Christian Herdinata, dan Krismi Budi Sienatra, 2017, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt*, Jurnal Manajemen dan Start Up Bisnis Vol. 2, No. 2, Hal : 144
- Garib, Wini Bin, S. L. H. V. Joyce Lopian, Lisbeth Mananeke, 2019, *Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada PT Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang*, Jurnal EMBA Vol. 7, No. 1, Hal : 903, ISSN 2303-1174
- Hendri, Rival Permana. 2018. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Cosmic Bandung*. Universitas Pasundan Bandung
- Heryubani, Nurul Septian. 2018. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Lipstik Merek Wardah Di Kota Yogyakarta*. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta

- Hutapea, Roni Afrianto. 2016. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kartu Prabayar Telkomsel Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Asahan*. Universitas Terbuka Jakarta
- Irawan, Roni. Nawangsih, dan Riza Bahtiar S, 2019, *Pengaruh Promosi, Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Onderdil Astra Honda Motor (AHM) pada UD. Rasa Motor di Lumajang*, Jurnal Riset Manajemen Vol. 2 No. 1, Hal : 122
- Jacklin, Mongilala Priscilia R, Silvy Mandey, dan Jeffry Tampenawas, 2019, *The Effect Of Marketing Mix And Service Quality On Sun Product Purchase Decision Department Of Store Mega Mall Manado*, Jurnal EMBA Vol.7, No.1, Hal: 431, ISSN 2303-1174
- Jasmani, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta*, Jurnal Disrupsi Bisnis Vol. 1, No.1, Hal : 117-123, ISSN 2621 – 797X
- Katarika, Dita Murinda dan Syahputra, 2017, *Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Di Bandung*, Jurnal Ecodemica Vol. 1, No. 2, Hal : 164, ISSN: 2355-0295, E-ISSN: 2549-8932
- Lestari, Ani dan Edy Yulianto, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Survei Pada Pelanggan Citra Kendedes Cake & Bakery Jl. S. Hatta B3 Kav. A, Kota Malang)*, Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Brawijaya Vol. 54, No. 1, Hal : 76
- Malau, Harman, 2018, *Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global*, Alfabeta, Cetakan Kedua, Bandung
- Mutiara, Rika NST. 2019. *Skripsi Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Cabang HM. Yamin Medan*, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Novia Nelly, Sasi Utami, dan Rinto Nurbambang, 2019, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pasar Tradisional Ngronggo Kota Kediri*, Jurnal JIMEK Vol. 2, No. 1, Hal : 26, <http://dx.doi.org/10.30737/jimek.v2i1.413>, E-ISSN : 2621-2374
- Nurdiansyah, Dedi. 2017. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Merek Adidas Di Bandar Lampung*. Universitas Lampung
- Prayogi, Slamet, dan Awan Santosa, 2019, *The Influence Of Product Quality, Prices And Promotions On Interest In Buying Sri Sulastris Batik*, Jurnal Apresiasi Ekonomi Vol. 7, No. 1, Hal :10, ISSN Cetak : 2337-3997, ISSN Online : 2613-9774
- Putri, Elisa Desy Rinda. 2018. *Skripsi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi pada Konsumen Wardah Cosmetics di Indonesia)*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta

- Sari, Rendika Putri Kartika, Ida Aryati Rochmi Widayanti, 2019, *Pengaruh Brand Image , Gaya Hidup Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta*, Jurnal Edunomika Vol. 03, No. 1, Hal : 16
- Syam, Syamsinar. 2019. *Skripsi Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Batu Bata Pada Ud Alif Qadri Pratama Di Kabupaten Gowa*. Stie Nobel Indonesia Makassar
- Utami, Hesty Nurul, dan Iqbal Fauzi Akbar Firdaus, 2018, *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping: Perspektif Pemasaran Agribisnis*, Jurnal Ecodemica Vol. 2, No. 1, Hal : 138, ISSN: 2355-0295, E-ISSN: 2549-8932
- Wijaya, Hartadi, 2018, *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan Sepeda Motor Sport Yamaha YZF-R25 Di Kota Cilegon*, Jurnal InTent Vol. 1, No.1, Hal : 92