

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN SALURAN DISTRIBUSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE KERITING SARI ENAK PADA CV. SUMBER RASA KARANG TENGAH, TANGERANG

**Winda Hartati
Elizabeth, S.E, M.M**

Email : windahartat@gmail.com ; gintingelizabeth@gmail.com
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Budi Luhur

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, price and distribution channels on the purchase decision of Sari Enak Noodles on CV.Sumber Rasa Karang Tengah, Tangerang. Population used in this research is customer of CV noodles. Sources of Flavors that buy for resale to the end consumer. The sample in this study were 93 people, calculated using Slovin formula with the method used probability sampling. Spread the questionnaire using Simple Random Sampling technique. The research instrument used as a measuring tool in this study is a questionnaire with Likert scale. Data analysis technique used in this research is by using multiple linear regression method. Test results show that product quality variables have a negative influence on purchasing decisions, prices have a positive influence on purchasing decisions., Distribution channels have a positive influence on purchasing decisions and significant. From the results of research coefficient of determination Adjusted R Square price becomes the variable that has the greatest significant effect, This shows that the better the price will also impact the purchase decision on the CV. Source of Flavor.

Keywords: *Product Quality, Price and Distribution Channel.*

PENDAHULUAN

Kebutuhan manusia seiring dengan kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi di zaman yang modern saat ini, kebutuhan manusia menjadi semakin meningkat. Semakin banyaknya permintaan untuk barang kebutuhan memicu persaingan antar perusahaan sebagai pelaku bisnis. Hal ini menuntut perusahaan untuk lebih responsif terhadap situasi dan kondisi ekonomi yang ada dan berpikir lebih kritis untuk menghadapi persaingan bisnis yang semakin memanas dan tidak dapat dihindari. Konsumen menjadi faktor yang sangat penting bagi berlangsungnya hidup perusahaan, karena konsumen sekarang ini sudah pintar dan cermat dalam mencari sebuah informasi atas produk ataupun jasa, yang nantinya bisa bermanfaat untuk memenuhi keinginan dan bisa memberikan kepuasannya..

Pada hakikatnya kebutuhan dasar yang harus terpenuhi yaitu kebutuhan primer, meliputi kebutuhan akan sandang, pangan dan papan. Salah satu jenis kebutuhan yang harus terpenuhi setiap hari yaitu kebutuhan pangan. Dengan melihat fenomena tersebut maka CV. Sumber Rasa berusaha untuk dapat terus memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumennya yaitu dengan menciptakan produk mie keriting. Mie adalah makanan alternatif pengganti beras yang banyak dikonsumsi masyarakat. Mie menjadi populer dikalangan masyarakat karena harganya murah dan cara pengolahan sekaligus penyajian sederhana banyaknya bisnis makanan ini membuat persaingan semakin kuat dan saling berkompetisi dalam merebut pasar konsumen.

Terdapat faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap suatu produk, seperti kualitas produk, harga, promosi dan distribusi atau yang di kenal dengan bauran pemasaran. Saluran distribusi menghubungkan pemasok dan produsen dengan penggunaan akhir barang atau jasa. Saluran distribusi yang efektif dan efisien memberikan keunggulan yang penting bagi para anggota organisasi atas saluran-saluran pesaingnya.

Kualitas produk memiliki arti yang sangat penting dalam keputusan pembelian konsumen. Apabila kualitas produk yang dihasilkan baik maka konsumen cenderung akan melakukan pembelian berulang terhadap suatu produk, sebaliknya jika kualitas produk tidak sesuai dengan harapan konsumen, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk atau sejenis lainnya.

Selain itu faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah harga, faktor ini sangat berpengaruh terhadap keberhasilan penjualan produk yang ada di CV. Sumber Rasa. Harga muncul dari pemikiran konsumen yang menilai bahwa produk mie keriting yang ditawarkan di CV. Sumber Rasa sudah sesuai atau tidak dengan harga yang diberikan. Biasanya konsumen akan membandingkan kualitas produk dan harga dengan harga pesaing produk yang sejenis, sehingga CV. Sumber Rasa harus memperhatikan hal tersebut. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis

akan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Keriting Sari Enak Pada CV.Sumber Rasa”.

KAJIAN TEORI

Pengertian Pemasaran

Pemasaran adalah menceritakan keinginan dan kebutuhan dari pelanggan. Definisi yang baik dan singkat dari pemasaran (Kotler dan Keller, 2016) adalah “*marketing is meeting needs profitability*”, arti ungkapan tersebut adalah pemasaran merupakan hal yang dilakukan untuk memenuhi setiap kebutuhan (kebutuhan konsumen) dengan cara-cara yang menguntungkan semua pihak.

Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran yaitu sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, serta meningkatkan jumlah pelanggan dengan menciptakan, menghantarkan, dan mengkomunikasikan nilai pelanggan yang unggul (Kotler dan Keller, 2016). Manajemen pemasaran yaitu terdiri dari analisis, perencanaan, penerapan dan pengendalian program, yang dirancang untuk menciptakan, membangun dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran dengan maksud untuk mencapai tujuan – tujuan organisasi (Djaslim Saladin dan Hery Achmad Buchory, 2010).

Kualitas Produk

Kualitas produk yaitu kemampuan suatu produk dalam menjalankan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya (Kotler dan Armstrong, 2012)

Harga

Harga harus bisa memberikan gambaran pelanggan bersedia membayar harga, dibandingkan harga harus mencerminkan biaya pembuatan produk atau memberikan layanan (Kotler dan Keller, 2012). Harga sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang (Buchari Alma, 2011).

Saluran Distribusi

Saluran distribusi adalah saluran yang dipakai oleh produsen untuk menyalurkan barang hasil produksinya kepada konsumen ataupun konsumen akhir, baik berpindahnya hak (penguasaan) hingga pemindahan barang maupun hanya pemindahan hak kepemilikannya (Daryanto, 2011).

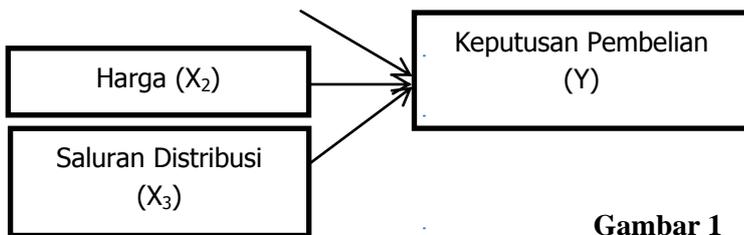
Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian yaitu keputusan menindaklanjuti pembelian atau tidak meneruskan pembelian (Kotler dan Keller, 2012).

Kerangka Pemikiran Teoritis

Kerangka pemikiran yaitu model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting (Uma Sekaran,1992; Sugiyono,2013). Kerangka berfikir yang baik akan menjelaskan secara teoritis peraturan antar variabel yang akan diteliti.

kualitasProduk (X_1)



Gambar 1
Kerangka Pemikiran Teoritis

Hipotesis Penelitian:

- Kualitas Produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan Pembelian (Y).
- Harga (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).
- Saluran Distribusi (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Pengembangan hipotesis penelitian **Hubungan antara variabel**

1. Hipotesis Kualitas produk (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y).

- a. Penelitian oleh (Artika Romal Amrulloh dan Sasi Agustin, 2016) dalam jurnalnya menyatakan bahwa kualitas produk memiliki adanya pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Penelitian oleh (Afif Zamroni, 2016) dalam jurnalnya menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk memiliki peranan yang sangat penting dalam terciptanya keputusan pembelian, semakin produk berkualitas maka keputusan pembelian semakin meningkat
H1= Ada Pengaruh antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.

2. Hipotesis pengujian antara harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y).

- a. Penelitian oleh (Bayu Sutrisna Aria Sejati dan Yahya, 2016) bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- b. Penelitian oleh Daniel Tampi, Agus Supandi Soegoto, Jacky S. B. Sumarauw (2016) bahwa harga memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan keterangan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H2= Ada Pengaruh antara Harga dengan Keputusan Pembelian.

3. Hipotesis pengujian antara Saluran distribusi (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y)

Penelitian (Artika Romal Amrulloh dan Sasi Agustin, 2016) menunjukkan bahwa saluran distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan keterangan di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah :

H3= Ada Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian adalah metodologi ilmiah guna memahami suatu fenomena atau masalah dengan menggunakan fakta-fakta berupa data sampel atau data populasi dan analisa secara ilmiah, baik analisa kualitatif maupun analisa kuantitatif untuk suatu tujuan tertentu (Soentoro, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan CV. Sumber Rasa yang membeli mie keriting untuk dijual kembali kepada konsumen akhir.

Teknik Sampling

Teknik sampling adalah cara pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian (Sugiyono, 2011). Penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling* (sampel acak sederhana). Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda karena memiliki variabel independen yang lebih dari satu .

Sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2015). Adapun penentuan ukuran sampel yang akan diteliti dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data sesuai dengan jumlah populasi yang disebutkan diatas, (Soentoro, 2015) menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

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

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(10\%)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 1.200(0,01)}$$

$$n = \frac{1.200}{1 + 12}$$

$$n = \frac{1.200}{13}$$

$n = 92.307 \rightarrow$ dibulatkan menjadi 93 sampel.

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

d = Tingkat Kesalahan (10%)

1 = Konstanta

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Linier Berganda bertujuan untuk menguji pengaruh antara satu variabel dengan variabel lain dan melihat hasil nilai dari variabel yang telah diteliti apakah bernilai positif atau negatif. Pengujian hipotesis digunakan untuk menguji pengaruh Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3), terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda-Metode Enter
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.01	1.181		-0.855	0.395		
	Kualitas Produk	-0.089	0.025	-0.173	-3.585	0.001	0.256	3.9
	Harga	0.893	0.028	0.988	31.897	0	0.622	1.607
	Saluran Distribusi	0.125	0.039	0.151	3.24	0.002	0.274	3.647

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Output SPSS Versi 20.0

Berdasarkan tabel 1 di atas diketahui persamaan regresi yang terbentuk yaitu:

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

$$Y = -1,010 + (-0.089) X_1 + 0,893 X_2 + 0,125 X_3$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

X_3 = Saluran Distribusi

a = Konstanta

b_1 = Angka Koefisien Regresi Pertama

b_2 = Angka Koefisien Regresi Kedua

b_3 = Angka Koefisien Regresi Ketiga

e = Standard Error

Persamaan regresi tersebut di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Berdasarkan Tabel 1, nilai konstanta persamaan di atas adalah sebesar -1,01 artinya : jika Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan Saluran Distribusi (X_3), nilainya 0 atau tidak memiliki pengaruh, maka tingkat Keputusan Pembelian (Y) nilainya sebesar -1,01.
2. Koefisien regresi variabel Kualitas produk (b_1) bernilai negatif, yaitu (-0,089) ini dapat diartikan jika Kualitas Produk menurun sebesar 1, maka akan mengalami penurunan Keputusan Pembelian sebesar (-0,089).
3. Koefisien regresi variabel Harga (b_2) bernilai positif, yaitu 0,893 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Harga sebesar 1, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,893.
4. Koefisien regresi variabel Saluran Distribusi (b_3) bernilai positif, yaitu 0,125 ini dapat diartikan bahwa setiap peningkatan Saluran Distribusi sebesar 1, maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,125.

Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien Determinasi yaitu digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi pengaruh variabel (X_1) Kualitas Produk, Harga (X_2) dan Saluran Distribusi (X_3) terhadap keputusan pembelian.

Tabel 2
Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.973 ^a	.947	.945	.972

a. Predictors: (Constant), Saluran Distribusi, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Output SPSS Versi 20.0

Berdasarkan hasil output pada tabel 2 data tersebut besarnya nilai dari *Adjusted R Square* (R^2) adalah 0.945, angka tersebut digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Saluran Distribusi, terhadap Keputusan Pembelian secara serentak dengan menghitung nilai Koefisien Determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= R^2 \times 100\% \\ &= 0.945 \times 100\% \\ &= 94.5\% \end{aligned}$$

Sesuai dengan perhitungan rumus diatas bahwa sebesar 94,5% variabel Keputusan pembelian dipengaruhi oleh Kualitas Produk, Harga dan Saluran Distribusi dan sisanya 5,5% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel-variabel lainnya yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Parsial Koefisien (Uji T)

Uji hipotesis parsial koefisien (uji t) dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas secara parsial (sendiri-sendiri) ada pengaruh terhadap variabel terikat. Uji parsial dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel sehingga sering disebut uji t. *Degree Of Freedom* pada uji t adalah $n-k-1$ dimana n (jumlah data), k (jumlah variabel independen).

Tabel 3
Uji Parsial (Uji T)
Coefficient

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.010	1.181		-.855	.395

Kualitas Produk	-.089	.025	-.173	-3.585	.001
Harga	.893	.028	.988	31.897	.000
Saluran Distribusi	.125	.039	.151	3.240	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Dalam menentukan nilai t tabel dengan menggunakan rumus $df = n - k - 1 = 93 - 3 - 1 = 89$, k adalah jumlah semua variabel independen dan n adalah jumlah sampel. Dari hasil rumus tersebut diperoleh hasil t tabel sebesar 1,987 yang dilihat dari tabel t $df = 89$ yaitu baris ke 89.

Dari tabel 3 dapat disimpulkan bahwa:

1. Pada variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan memiliki arah yang negatif dengan ditunjukkan nilai $t_{hitung} (-3.585) < t_{tabel} (1.987)$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Dan signifikan nilai sig. $0.001 > 0.05$.
2. Variabel Harga (X_2) ($t_{hitung} = 31,897$; Sig = 0,000). Nilai t hitung $>$ t tabel ($31,897 > 1,987$) maka H_0 ditolak, H_2 diterima dan signifikansi $<$ 0,05 ($0,000 < 0,05$) jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Harga (X_2) secara parsial mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).
3. Variabel Saluran Distribusi (X_3) ($t_{hitung} = 3,240$; Sig = 0,002). Nilai t hitung $>$ t tabel ($3,240 > 1,987$) maka H_0 ditolak, H_3 diterima dan signifikansi $<$ 0,05 ($0,002 < 0,05$) jadi dapat disimpulkan bahwa Variabel Saluran Distribusi (X_3) secara parsial mempengaruhi Keputusan Pembelian (Y).

Interpretasi Hasil Penelitian Secara Parsial (Uji T)

1. Pengaruh Kualitas Produk (X_1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, Besarnya kontribusi nilai t hitung kualitas produk sebesar (-3,585) lebih kecil dari t tabel 1,987 dan nilai signifikansi sebesar 0,001 pada tingkat signifikansi sebesar 0.05. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. sehingga kualitas produk tidak selalu berdampak positif bagi pelanggan, hal ini juga harus diperhatikan oleh perusahaan dengan menyempurnakan produk yang ditawarkan dan mempunyai keunikan yang tidak dimiliki pesaing.

Penelitian yang dilakukan oleh (Syamsul Hidayat, 2017) hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel harga terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung $>$ t- tabel, besarnya nilai kontribusi t hitung variabel harga sebesar 31,897 dan nilai signifikan sebesar 0,000 pada tingkat signifikansi sebesar 0.05. Dapat disimpulkan bahwa harga terdapat adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ,hal ini menunjukkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh para konsumen untuk melakukan pembelian.

Hasil penelitian ini sesuai atau konsisten dengan penelitian yang dilakukan oleh (Eva Rahayu Efendi, 2016) dan (Setia Budi, 2017) bahwa harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Saluran Distribusi (X_3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa variabel saluran distribusi terdapat pengaruh terhadap keputusan pembelian karena nilai t hitung $>$ t- tabel , besarnya nilai kontribusi t hitung variabel saluran distribusi sebesar 3,240 dan nilai signifikan sebesar 0,002 pada tingkat signifikansi sebesar 0.05. Dapat disimpulkan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa, pelanggan merasa saluran distribusi CV.Sumber Rasa sudah baik dan optimal.

Penelitian yang dilakukan oleh (Oktaviani Lili Ratnasari, 2016) dan (Andika Husni, 2017) bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. hal ini membuktikan bahwa hasil penelitian yang dilakukan dengan penelitian sebelumnya konsisten.

PENUTUP

Simpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai kualitas produk, harga dan saluran distribusi terhadap keputusan pembelian di CV. Sumber Rasa Karang Tengah, Tangerang. Maka berikut ini penulis menyimpulkan hasil dari pengamatan yang sudah dikemukakan pada bab sebelumnya, sebagai berikut:

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh dan negatif terhadap keputusan pembelian produk mie keriting CV. Sumber Rasa.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk mie keriting CV. Sumber Rasa.
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi memiliki pengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian produk mie keriting CV. Sumber Rasa.

Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel yang berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yaitu variabel harga dan saluran distribusi. Dari hasil pembahasan penulis mengajukan saran-saran untuk CV. Sumber Rasa Karang Tengah, Tangerang yaitu sebagai berikut :

1. Harga memiliki pengaruh dalam membuat keputusan pembelian. Peneliti menyarankan CV. Sumber Rasa menawarkan harga yang bersaing sesuai dengan kualitas produk.
2. Saluran distribusi juga memiliki pengaruh dalam membuat keputusan pembelian. Peneliti menyarankan CV. Sumber Rasa harus terus memperluas jaringan dalam saluran distribusi agar CV. Sumber Rasa semakin berkembang.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Ali, Hasan.2014. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*.CAPS.Yogyakarta

Buchory, Herry Achmad dan Djaslim Saladin.2010. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Linda Karya.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1.*, Jakarta : PT. Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2013. *Manajemen Pemasaran* . Edisi 13. Jakarta : Erlangga.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management. 15th edition*. New Jersey : Pearson Prentice Hall, Inc

Lupiyoadi, Rambat dan A. Hamdani. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa-berbasis kompetisi*. Edisi ke-3.Jakarta : Salemba Empat.

Soentoro, Ali idris. 2015. *Cara Mudah Belajar Metodologi Penelitian Dengan Aplikasi Statistika*, Depok :PT. Tarmedia Bakti Persada

Siregar, Syofian. 2014. *Statistika Deskriptif untuk Penelitian. Cetakan ke-4*. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran. Edisi 4*. Yogyakarta : CV Andi Offset.

Jurnal

Atika, Romal Amrulloh. Juli 2016.Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan PembelianHonda Beat. *E-Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

Afif, Zamroni. April 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap

Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan
M. Yamin Samarinda. *E- Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Pamulang*.

Bayu, Sutrisna. Maret 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks*. *E- Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*.

Daniel, Tampi., Agus, Supandi dan Jacky S.B, Sumarauw. Maret 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa*. Volume 4 nomor 1.