



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Santan Cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia

Gregorius Agung Daeli¹, Bakkareng², Delvianti³

¹ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: sitihajar120@gmail.com

² Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: salfadrisyamsuddin@gmail.com

³ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Ekasakti, Padang, Indonesia

Email: tifaniratufirdaus@gmail.com

Corresponding Author: Gregorius Agung Daeli

Abstract: *This study aims to determine: (1) product quality partially on the purchasing decision of coconut milk comes at PT Bumi Sarimas Indonesia and (2) price partially on the purchasing decision of coconut milk comes at PT Bumi Sarimas Indonesia. (3) product quality and price on purchasing decisions of cocoas coconut milk at PT Bumi Sarimas Indonesia. Hypothesis testing is done to show whether an independent variable partially and simultaneously affects the dependent variable. The results of the study at a significant level of 0.05 show that: 1) product quality has a positive and significant influence on purchasing decisions for cocoas coconut milk at PT Bumi Sarimas Indonesia which is shown from the results of t count = 6.192 with a significant level of 0.000. 2) price has a positive and significant influence on purchasing decisions for cocoas coconut milk at PT Bumi Sarimas Indonesia which is shown from the results of t count = 3,928 with a significant level of 0,000. 3) product quality and price simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions for cocoas coconut milk at PT Bumi Sarimas Indonesia which is shown from the results of f count = 125,522 with a significant level of 0,000.*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia (2) harga secara parsial terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. (3) kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Pengujian Hipotesis dilakukan untuk menunjukkan apakah suatu variabel independen secara parsial dan simultan mempengaruhi variabel dependen. Hasil penelitian pada taraf signifikan 0.05 menunjukkan bahwa: 1) kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia yang ditunjukkan dari hasil t hitung = 6.192 dengan tingkat signifikan 0.000. 2)

harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia yang ditunjukkan dari hasil t hitung = 3.928 dengan tingkat signifikan 0.000. 3) kualitas produk dan harga secara smultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia yang ditunjukkan dari hasil f hitung = 125.522 dengan tingkat signifikan 0.000.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Bisnis yang bergerak dibidang makanan dan minuman pada zaman sekarang telah berkembang dengan sangat pesat dan mengalami peningkatan secara terus-menerus. Sepanjang tahun 2020 menurut kementerian perindustrian kinerja industri makanan dan minuman mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 1, 58 %. Dalam era globalisasi ini, jumlah merek, produk, dan pelayanan serta harga yang bersaing dalam pasar menjadi sangat banyak sehingga konsumen memiliki banyak pilihan dan alternatif produk dan jasa yang dapat memenuhi kebutuhannya dan berhak memilih sesuai yang konsumen inginkan.

PT. Bumi Sarimas Indonesia adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pengolahan kelapa. PT. Bumi Sarimas Indonesia mulai beroperasi pada September 1999 dengan produk yang diolah pertama kali adalah tepung kelapa dan minyak kelapa mentah. Selanjutnya PT. Bumi Sarimas Indonesia memproduksi produk baru pada bulan Desember tahun 2000 yaitu produk santan kelapa. Dua tahun kemudian tepatnya pada Oktober 2002, PT. Bumi Sarimas Indonesia kembali memproduksi produk baru yaitu produk *nata de coco*. Perkembangan masih terus dilanjutkan oleh PT. Bumi Sarimas Indonesia sehingga pada April 2003, perusahaan ini kembali memproduksi produk baru yaitu produk air minum kemasan. Hasil proses produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia ini diantaranya akan dipasarkan ke Sumatra Barat, Medan, Riau, Jambi, Bengkulu, Palembang, Lampung dan sebagian Pulau Jawa. PT. Bumi Sarimas Indonesia pada saat ini sudah mencapai pasar global diantaranya Asia, Amerika Serikat, Eropa, Australia serta negara Timur Tengah. Banyaknya daerah pemasaran hasil produksi ini secara tidak langsung menandai tingginya permintaan pelanggan terhadap produk yang dihasilkan PT. Bumi Sarimas Indonesia. Berikut adalah tabel penjualan santan Cocomas yang diperoleh dari PT. Bumi Sarimas Indonesia Padang tahun 2017-2019 :

Table 1. Jumlah konsumen santan Cocomas PT. Bumi Sarimas Indonesia Padang tahun 2017-2019

PERIODE	2017	2018	2019
Januari	5.430	3.515	3.200
Februari	5.405	2.645	3.610
Maret	5.480	3.115	4.950
April	4.840	4.900	5.910
Mai	4.675	6.665	8.295
Juni	5.145	6.310	10.940
Juli	5.250	7.950	8.325
Agustus	3.655	3.585	7.760
September	4.630	4.600	8.655
November	4.945	4.745	9.160

Oktober	2.930	3.420	8.420
Desember	3.550	3.970	7.215
Jumlah	55.935	55.420	86.440

Sumber : PT. Bumi sarimas Indonesia

Pada hasil survey jumlah konsumen yang membeli santan Cocomas dalam periode 3 tahun terakhir (2017-2019) para konsumen tersebut merupakan distributor / perusahaan industri lain seperti supermarket, minimarket, grosiran maupun eceran yang memperjual belikan kembali produk Santan Cocomas kepada konsumen. Berdasarkan hasil tersebut dapat dilihat bahwa penjualan santan Cocomas mengalami perubahan dan berfluktuasi setiap tahunnya. Pada bulan-bulan tertentu penjualan meningkat dikarenakan adanya situasi-situasi dimana pada bulan-bulan itu terjadi pembelian yang cukup besar seperti bulan-bulan mendekati hari kemerdekaan, lebaran dan hari-hari besar lainnya.

Adapun permasalahan yang dihadapi oleh PT. Bumi Sarimas Indonesia pada saat ini adalah bagaimana cara menjaga kualitas produk yang sesuai dengan harapan konsumen bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen, sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen. Produk yang dipasarkan haruslah produk yang mempunyai tingkat daya saing yang tinggi, sehingga saat dipasarkan produk tersebut dapat bertahan dan tidak mengecewakan perusahaan yang mendistribusikannya.

Dan selain kualitas produk PT. Bumi Sarimas Indonesia juga mengalami permasalahan terhadap harga, Dimana harga Santan Cocomas PT. Bumi Sarimas Indonesia yang cenderung tidak stabil karena dalam pengadaan bahan baku kelapa pada PT. Bumi Sarimas Indonesia yang tidak bisa ditentukan setiap harinya, karena sistem pengadaan bahan baku kelapa memang mengandalkan pemasok / distributor yang datang ke PT. Bumi Sarimas Indonesia. Menghadapi permasalahan tersebut PT. Bumi Sarimas Indonesia harus mampu meningkatkan kinerja pemasarannya demi profitabilitas di masa mendatang terutama dalam hal kualitas produk dan harga. Selain itu diperlukan pemahaman yang serius dari pihak PT. Bumi Sarimas Indonesia terhadap kualitas produk dan harga agar bisa meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan dari uraian latar belakang tersebut, maka perlu diketahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga dalam menghadapi persaingan antar perusahaan manufaktur yang bergerak dibidang makanan dan minuman yang akan dihadapi oleh PT. Bumi Sarimas Indonesia. Bertitik tolak dari pentingnya kualitas produk dan harga tersebut penulis tertarik untuk meneliti "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Santan Cocomas Pada PT. Bumi Sarimas Indonesia".

Berdasarkan batasan masalah di atas, maka dalam penelitian ini dapat dirumuskan pokok-pokok permasalahan sebagai berikut:

1. Indikator mana yang paling dominan berpengaruh antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia.
2. Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia.
3. Apakah harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia.

4. Apakah kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT. Bumi Sarimas Indonesia.

METODE PENELITIAN

Metode penelitan pada penelitian ini adalah dengan menggunakan metode kuantitatif dengan penelitan survey. Menurut Sugiyono (2017 : 7) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode positivistik karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini sebagai metode ilmiah karena telah memenuhi kaidah-kaidah ilmiah yaitu konkrit/empiris, objektif, terukur, dan sistematis. Sedangkan Survei merupakan metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 2. Hasil Uji t Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.111	5.056		.417	.677		
KUALITAS PRODUK	.299	.048	.547	6.192	.000	.368	2.716
HARGA	.360	.092	.347	3.928	.000	.368	2.716

1. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Output Pengolahan Data SPSS 22.0

Pada tabel di atas diketahui R Square sebesar 0.721, artinya Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Harga sebesar 72.1%.

1. Hasil Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil uji hipotesis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia menunjukkan nilai t hitung 6.192, dengan menggunakan signifikan alfa 0.05 diperoleh untuk hasil t tabel sebesar 1.985. perbandingan t hitung dengan t tabel sebesar $6.192 > 1.985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung positif, artinya semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat juga keputusan pembelian konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

2. Hasil Pengujian Hipotesis kedua

Hasil uji hipotesis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia menunjukkan nilai t hitung 3.928, dengan menggunakan signifikan alfa 0.05 diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 1.985. perbandingan t hitung dengan t tabel $3.928 > 1.985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung positif, artinya semakin meningkat harga maka semakin meningkat pula

keputusan pembelian konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 3. Hasil Uji F ANOVAb

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regressi on	5558.363	2	2779.182	125.522	.000a
Residual	2147.677	97	22.141		
Total	7706.040	99			

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Hasil uji hipotesis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia menunjukkan nilai F hitung 125.522, dengan menggunakan signifikan alfa 0.05 diperoleh hasil untuk f tabel sebesar 3.09. perbandingan f hitung dengan f tabel sebesar $125.522 > 3.09$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Santan Cocomas Pada PT. Bumi Sarimas Indonesia

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:224) kualitas produk adalah bagaimana produk tersebut memiliki nilai yang dapat memuaskan konsumen baik secara fisik maupun secara psikologis yang menunjukkan pada atribut atau sifat-sifat yang terdapat dalam suatu barang. Kualitas produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan uji t yang diperoleh perbandingan t hitung dengan t tabel sebesar $6.192 > 1.985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung positif, artinya semakin meningkat kualitas produk maka semakin meningkat juga keputusan pembelian konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

Pada dasarnya kualitas mengandung banyak definisi karena setiap individu pasti memiliki cara pandang yang berbeda-beda. Perspektif kualitas produk merupakan persepsi seorang konsumen terhadap keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa dengan maksud yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen. Semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi tingkat keputusan pembelian konsumen. Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang berhubungan dengan keputusan pembelian.

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Ummu Habibah & Sumiati, 2016) mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0.000 < 0,05$. Maka dari itu, untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen diikuti dengan peningkatan kualitas produk, semakin baik kualitas produk maka semakin tinggi keputusan pembelian konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap keputusan Pembelian Santan Cocomas Pada PT Bumi Sarimas Indonesia

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Suparyanto dan Rosad (2015:09) harga adalah sejumlah uang yang dikorbankan untuk suatu barang atau jasa, atau nilai dari konsumen yang ditukarkan untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas produk atau jasa. Harga sangat mempengaruhi tingkah keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t diperoleh hasil untuk t tabel sebesar 1.985. perbandingan t hitung dengan t tabel $3.928 > 1,985$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai t hitung positif, artinya semakin meningkat harga maka semakin meningkat pula keputusan pembelian konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Lukmanul Hakim & Rinjani Saragih, 2019) mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dibuktikan dari pengujian hipotesis nilai t hitung untuk variabel persepsi harga sebesar 52,693 dan tingkat signifikan 0,000. Harga merupakan salah satu indikator dalam menentukan suatu kualitas barang itu sendiri. Tidak selalu harga yang mahal itu menunjukkan bahwa kualitas dari barang tersebut adalah bagus. Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan.

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Santan Cocomas Pada PT Bumi Sarimas Indonesia

Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (Kotler dan Armstrong, dalam Khaerunnisa dan Sembada, 2015:42). Keputusan pembelian berhubungan erat dengan kualitas produk dan harga. Berdasarkan hasil uji f diperoleh diperoleh hasil untuk f tabel sebesar 3.09. perbandingan f hitung dengan f tabel sebesar $125.522 > 3.09$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Nilai *R Square* sebesar 0.721, artinya Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh Kualitas Produk dan Harga sebesar 72.1%. dengan kata lain kualitas produk dan harga secara bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. keputusan pembelian adalah suatu proses penentuan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian atau suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Hal ini juga didukung oleh penelitian terdahulu (Ummu Habibah & Sumiati, 2016) mengatakan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari hasil signifikansi $0,000 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterim.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya indikator yang paling dominan pada variabel kualitas produk didapatkan pada indikator kinerja dengan nilai TCR 87,12% , pada variabel harga didapatkan pada indikator daya saing harga produk dengan nilai 83,36%, dan yang terakhir pada variabel keputusan pembelian didapatkan pada indikator identifikasi kebutuhan dengan nilai TCR sebesar 82,8%
2. Adanya pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Hal ini diperoleh dari hasil pengolahan SPSS yang mana diperoleh t hitung 6.192 dengan tingkat signifikan 0.000, dengan batas signifikan 0.05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.
3. Adanya pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia. Hal ini diperoleh dari hasil pengolahan SPSS yang mana diperoleh t hitung 3.928 dengan tingkat signifikansi 0.000, dengan batas signifikansi 0.05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti variabel harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.
4. Adanya pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia secara bersama-sama. Hal ini dapat diperoleh dari hasil pengolahan SPSS yang mana diperoleh perbandingan f hitung dengan f tabel sebesar $125.522 > 3.09$, dengan tingkat signifikansi 0.000 dengan batas signifikansi 0.05, nilai signifikan tersebut lebih kecil dari taraf signifikan 5% yang berarti bahwa secara bersama-sama kualitas produk dan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian santan cocomas pada PT Bumi Sarimas Indonesia.

REFERENSI

- A.Thompson, Arthur Jr. (2016). *Crafting and executing Strategy*. United States : McGraw-Hill.
- Agussalim Manguluang, 2010. *Metodologi Penelitian*.Padang: Ekasakti-Press. Agussalim Manguluang, 2017. *Statistik*. Padang : Ekasakti-press.
- Amstrong, Kotler (2015., *Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth Edition*.England : Person Education, Inc.
- Amilia dan Asmara. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Volume 6 (1): 660 : 669.
- Aptaguna dan Pitaloka. 2016. *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-Jek*. Jurnal Program Studi Manajemen Universitas Pembangunan Jaya Vol. 3.
- Assauri. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Depok : PT. Rajagrafindo Persada. Danang Sunyoto. 2016. *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung : PT. Refika Aditama

- Anggota Ikapi.
Fakultas Ekonomi Universitas Ekasakti, 2019. *Buku Pedoman Penulisan Proposal Skripsi, Skripsi/Tugas Akhir Dan Artikel Jurnal Ilmiah*. Padang : Ekasakti Press.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran, edisi 4, Andi Offset*. Yogyakarta.
- Garvin, David A. 2015. *Alih bahasa Fandy Tjiptono, Strategi Pemasaran*. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta : Erlangga. P125.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Manajemen, 15th Edition*, Pearson Education, Inc.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. 2016. *Manajemen, Jilid 1 Edisi 13, Alih Bahasa : Bob Sabran Dan Devri Bardani P*, Jakarta. : Erlangga.
- Schiffman dan kanu, 2015 *Consumer Behavior. 11th Edition. Global Edition*.
- Sudaryono. 2018. *Metodologi Penelitian*. Depok : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Alfabeta. Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyono, 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung : Alfabeta.
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : In Media.