

**PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TRANSAKSI E-  
PULSA ( STUDI KASUS DI INDOMARET SUDIRMAN TANGERANG )**

**Agung Tri Putranto dan Aris Qiyanto  
Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang  
agung.tputranto@gmail.com**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh harga pada transaksi E-pulsa dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat keputusan pembelian pada transaksi E-pulsa studi kasus di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pembeli di Indomaret Sudirman Tangerang sebanyak 2.987 orang, tahun 2018 periode Januari – Maret dan sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah 97 orang. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan didapatkan nilai  $t_{hit} > t_{tab}$  yaitu  $5,99 > 1,99$  yang artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang. Hasil pengujian determinasi menunjukkan hubungan variabel X Harga terhadap Variabel Y Keputusan pembelian adalah sebesar 27,04% sedangkan sisanya 72,96% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci:** Harga dan Keputusan Pembelian

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of prices on E-pulsa transactions and to find out how much influence the level of purchasing decisions on E-pulsa transactions a case study in Indomaret Sudirman Minimarket Tangerang. The population used in this study were 2,987 buyers at Indomaret Sudirman Tangerang, in 2018 from January to March and the samples taken from the Solvin technique were 97 people. The data used in this study are primary data and secondary data. Based on the results of tests that have been done, the value of  $t_{hit} > t_{tab}$  is  $5.99 > 1.99$ , which means that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, meaning that the Price influences the Decision of Purchasing E-pulsa Transactions in Indomaret Sudirman Tangerang. Determination test results show the relationship of variable X Price to Variable Y Purchasing decisions amounted to 27.04% while the remaining 72.96% is influenced by other factors not examined.*

**Keywords:** Price and Purchase Decision

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Minimarket yang ada saat ini adalah salah satu bentuk perkembangan bisnis pasar modern menyajikan tata ruang yang apik,terang,lapang, dan sejuk. Pengalaman berbelanja tidak lagi disuguhi dengan suasana yang kotor,panas,sumpek dan becek. Konsumen kian senang menjadi raja yang dimanja. Minimarket menyediakan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh konsumen seperti: rokok, mie, minyak goreng, barang-barang toiletries, alat kecantikan dan lain-lain.

Berbagai contoh minimarket di Indonesia antara lain: Indomaret,Alfamart dan Lawson adalah salah satu minimarket yang banyak menjamur di Kota Tangerang. Pada Indomaret di sudirman tangerang ini mengalami permasalahan tingkat penjualan yang tidak stabil. Tingkat penjualan yang tidak stabil ini bisa diakibatkan oleh tingkat beli masyarakat yang menurun atau karena berbagai macam faktor. Faktor tersebut antara lain cuaca, jumlah pembeli yang menurun.

Konsumen menuntut suatu produk yang sesuaidengan selera, kebutuhan, dan daya beli mereka. Hal inimenyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena tuntutan keinginan konsumen yang semakin kompleks. Sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perilakukonsumen yang selalu berkembang dengan cara memahamiperilaku konsumen tersebut karena hal ini akan menentukan pengambilan keputusan pembelian.

Berdasarkan penjelasan diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TRANSAKSI E-PULSA (STUDI KASUS DI INDOMARET SUDIRMAN TANGERANG)”**.

### **B. Rumusan Malalah**

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka dapat dirumuskan sebaga berikut:

1. Bagaimana pengaruh harga pada transaksi E-pulsa (studi kasus di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang)?
2. Seberapa besar pengaruh keputusan pembelian pada transaksi E-pulsa (studi kasus di Minimarket Indoamaret Sudirman Tangerang)?
3. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan pembeli pada transaksi E-pulsa (studi kasus di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang)?

### **C. Pembatasan Masalah**

Karena keterbatasan yang dimiliki peneliti dari segi nilai dan waktu, maka penelitian ini hanya dibatasi pada masalah variabel Harga dan Keputusan Pembelianpada Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang.

### **D. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui pengaruh harga pada transaksi E-pulsa (studi kasus di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang).
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tingkat keputusan pembelian pada transaksi E-pulsa (studi kasus di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang).

## **E. Manfaat Penelitian**

Setelah melakukan analisis serta evaluasi oleh penulis, maka diharapkan penulis ini dapat memberikan berbagai manfaat, yaitu:

1. Bagi Peneliti  
Peneliti akan diharapkan dapat memperkaya khasanah ilmu pengetahuan wawasan tentang keputusan pembelian khususnya mengenai harga.
2. Bagi Universitas Pamulang  
Dapat memberikan informasi dan menambah daftar pustaka di perpustakaan baik yang terdapat di Universitas Pamulang maupun Fakultas Ekonomi di Universitas Pamulang, serta dapat menjadi bahan kajian dan informasi yang berguna bagi pihak- pihak yang berminat mengenal dan menambah pengetahuan.
3. Bagi Perusahaan/Organisasi  
Hasil ini diharapkan dapat menjadi masukan dalam pemahaman yang lebih mendalam, dapat berguna bagi perusahaan serta menjadi salah satu masukan bagi perusahaan, dan dapat menjadi bahan pertimbangan atau bahan pendukung keputusan untuk masalah dihadapi terutama untuk memperhatikan pengaruh harga agar dapat mengoptimalkan keputusan pembelian.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Harga**

Menurut Dede Aprisal (2017:817) Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan unsur lainnya menimbulkan biaya (pengeluaran). Melalui strategi pendapatan harga dapat membentuk citra (image) perusahaan, persepsi yang sering berlaku bahwa harga yang mahal mencerminkan kualitas yang tinggi. Penentuan harga adalah yang paling krusial dan sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran ritel lainnya, dan harga merupakan satu-satunya unsur dalam pemasaran ritel yang akan mendatangkan laba rugi.

Menurut AT. Putranto (2018:6) jika harganya sangat tinggi, pengguna biasanya mengharapkan kualitas yang tinggi, dan persepsi sebenar mereka akan dipengaruhi oleh harapan ini

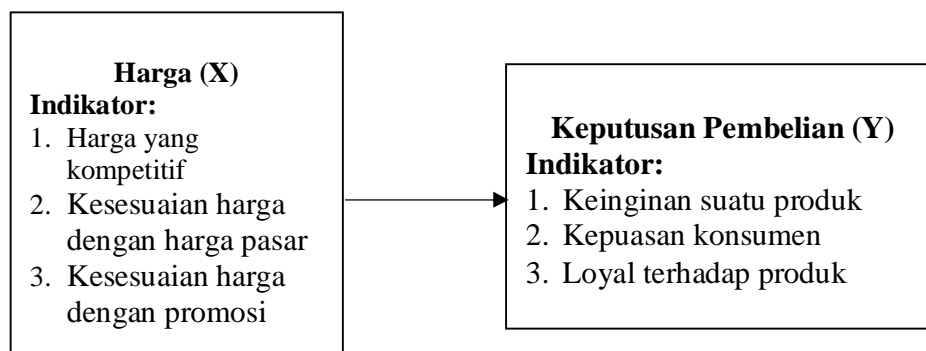
Penentuan harga adalah yang paling krusial dan sulit diantara unsur-unsur dalam bauran pemasaran ritel lainnya, dan harga merupakan satu-satunya unsur dalam pemasaran ritel yang akan mendatangkan laba rugi.

### **B. Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen sangat bervariasi, ada yang sederhana dan komplek. Kotler dan Keller(2016:195) mengemukakan bawa proses pengambilan keputusan pembelian dapat dibagi menjadi lima tahapan yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian informasi
3. Evaluasi alternatif
4. Keputusan pembelian
5. Perilaku pasca pembelian.

### C. Kerangka Pemikiran



### D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah dugaan sementara atau jawaban sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data untuk menguji kebenaran dugaan tersebut. Maka berdasarkan pengertian dan kerangka penelitian di atas, maka perumusan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1.  $H_0 : r_{xy} = 0$  Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang
2.  $H_a : r_{xy} \neq 0$  Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian pada transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Minimarket Indomaret Sudirman Tangerang Perum Sudirman Indah Tangerang – Banten. Penelitian dilakukan selama 3 bulan (Januari 2018 – Maret 2018). Sedangkan penelitian ini bersifat deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2011:8) penelitian deskriptif kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, dan pengumpulan data menggunakan instrument penelitian dengan analisis data yang bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

### B. Metode Penentuan Sampel

#### 1. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:115) mengemukakan definisi populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Dalam penelitian ini, yang menjadi populasi adalah pembeli di Indomaret Sudirman Tangerang sebanyak 2.987 orang, tahun 2018 periode Januari – Maret.

#### 2. Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2013:116), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dalam penelitian ini penulis mempersempit populasi yaitu jumlah pembeli sebanyak 97 sampel populasi dengan menghitung ukuran sampel yang dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin.

### **C. Metode Pengumpulan Data**

#### **1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2013:193) Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Data primer biasanya diperoleh dari survey lapangan yang menggunakan semua metode pengumpulan data ordinal. Data primer dalam penelitian ini adalah hasil pengisian kuesioner oleh responden, yaitu para konsumen Indomaret Sudirman Tangerang

#### **2. Data Sekunder**

Menurut Sugiyono (2013:62), data sekunder adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah literatur dan lokasi dan akses informasi dari perusahaan.

### **D. Metode Analisis Data**

#### **1. Uji Validitas**

Validitas berarti instrument yang digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengujian ini berfungsi untuk menunjukkan tingkat kemampuan alat pengukur agar dapat memberikan apa yang menjadi sasaran pokok pengukuran. Uji validitas ini digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner.

Kriteria keputusan:

$\geq (\alpha=5\%)$ , maka instrumen (alat ukur) valid

$< (\alpha=5\%)$ , maka instrumen (alat ukur) tidak valid

#### **2. Uji Reliabilitas**

Menurut Mangkunegara (2012:80), suatu instrumen dikatakan reliabel bila instrumen tersebut menunjukkan konsistensi hasil pengukurannya sekitarnya instrumen tersebut digunakan oleh orang yang sama dalam waktu yang berlainan atau digunakan oleh orang yang berlainan dalam waktu yang bersamaan atau berlainan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk menghitung reliabilitas instrumen yaitu dengan menggunakan metode *Cronbach Alpha*.

Kriteria keputusan:

$\geq (\alpha=5\%)$ , maka instrumen (alat ukur) reliabel

$< (\alpha=5\%)$ , maka instrumen (alat ukur) tidak reliabel

### **E. Analisis Regresi Linier Sederhana**

Analisis regresi linier sederhana adalah pengaruh secara linier antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y), dalam penelitian ini variabel bebas (X) adalah harga dan variabel terikat (Y) adalah keputusan pembelian. Analisis ini untuk mengetahui arah pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan atau penurunan.

### F. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan analisis koefisien determinasi adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat dalam persen (%). Adapun tujuan analisis determinasi dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar kontribusi harga terhadap keputusan pembelian dalam persen (%).

### G. Analisis Uji Hipotesis

Untuk mengetahui hasil perhitungan yang diperoleh dan untuk mengetahui signifikansi kebenaran pengaruh antara variabel bebas (x) terhadap variabel terikat (y) maka dilakukan uji hipotesis.

Kriteria keputusan:

$t_{hitung} \geq t_{tabel} (\alpha=5\%, df=n-2)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (signifikan)

$t_{hitung} \leq t_{tabel} (\alpha=5\%, df=n-2)$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  ditolak (tidak signifikan)

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Uji Instrumen Penelitian

#### 1. Uji Validitas

Item	$r_{hit}$	$r_{tab}$	Keputusan
1	0,626	0,199	Valid
2	0,538	0,199	Valid
3	0,407	0,199	Valid
4	0,419	0,199	Valid
5	0,253	0,199	Valid
6	0,375	0,199	Valid
7	0,544	0,199	Valid
8	0,527	0,199	Valid
9	0,439	0,199	Valid
10	0,440	0,199	Valid
11	0,444	0,199	Valid
12	0,402	0,199	Valid
13	0,319	0,199	Valid
14	0,298	0,199	Valid
15	0,566	0,199	Valid
16	0,294	0,199	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen Variabel X pada Tabel 4.8, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) bernilai lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,199$  yang berarti item pernyataan dinyatakan valid.

Item	$r_{hit}$	$r_{tab}$	Keputusan
1	0,428	0,199	Valid
2	0,293	0,199	Valid
3	0,619	0,199	Valid
4	0,434	0,199	Valid
5	0,388	0,199	Valid
6	0,270	0,199	Valid
7	0,535	0,199	Valid
8	0,446	0,199	Valid
9	0,399	0,199	Valid
10	0,550	0,199	Valid
11	0,282	0,199	Valid
12	0,535	0,199	Valid
13	0,366	0,199	Valid
14	0,296	0,199	Valid
15	0,283	0,199	Valid
16	0,382	0,199	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen Variabel Y pada Tabel 4.10, menunjukkan bahwa semua item memiliki koefisien korelasi ( $r_{hitung}$ ) bernilai lebih besar dari  $r_{tabel} = 0,199$  yang berarti item semua pernyataan dinyatakan valid.

## 2. Uji Reliabilitas

Hasil perhitungan  $r_{cronbach}$  variabel X dapat dilihat bernilai 0,708 sedangkan  $r_{tabel}$  adalah 0,199. Dengan demikian jika  $r_{alpha}$  positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir kuesioner Indikator Variabel X dinyatakan reliable atau benar sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan. Sedangkan  $r_{cronbach}$  variabel Y dapat dilihat bernilai 0,51, sedangkan  $r_{tabel}$  adalah 0,199. Dengan demikian jika  $r_{alpha}$  positif dan lebih besar dari  $r_{tabel}$  maka butir kuesioner Indikator Variabel Y dinyatakan reliable atau benar sesuai dengan indikator yang telah ditetapkan.

## B. Regresi Linier Sederhana

Diketahui:

$$\begin{aligned}
 N &= 97 & \sum X &= 6548 & \sum Y &= 6245 \\
 \sum X^2 &= 443624 & \sum Y^2 &= 403171 & \sum XY &= 422262
 \end{aligned}$$

$$b = \frac{N \sum XY - \sum X \cdot \sum Y}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{97.422262 - 6548.6245}{97.443624 - (6548)^2}$$

$$b = \frac{40959414 - 40892260}{43031528 - 42876304}$$

$$b = \frac{67154}{155224}$$

$$b = 0,433$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

$$a = \frac{6245 - 0.433(6548)}{97}$$

$$a = \frac{6245 - 2832.8}{97}$$

$$a = 35.18$$

Hasil pengujian dapat diperoleh angka persamaan berdasarkan dari output coefficients  $Y = 35,18 + 0,433X$  artinya bahwa perubahan Y searah dengan perubahan X. Jadi nilai Y akan meningkat jika X meningkat, sebaliknya nilai Y akan menurun jika X menurun. Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian artinya jika Harga meningkat maka akan meningkatkan Keputusan Pembelian, begitu pula sebaliknya. Koefisien regresi  $X = 0,433$ , maka skor variabel Y akan bertambah 1 satuan dengan asumsi konstanta 35,18 satuan.

### C. Uji Koefisien Determinasi

Untuk menghitung Koefisien determinasi digunakan output koefisien Determinasi atau rsquare, sebagai berikut:

Dimana rumus manualnya sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r^2 \times 100 \% \\ &= (0,520)^2 \times 100 \% \\ &= 27,04 \% \end{aligned}$$

Hal ini menunjukkan hubungan variabel X Harga terhadap Variabel Y Keputusan pembelian adalah sebesar 27,04% sedangkan sisanya 72,96% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

### D. Uji t

Nilai  $t_{\text{tab}}$  ditentukan berdasarkan tingkat signifikan ( $\alpha$ ) yang digunakan dan derajat kebebasan ( $df = n - 2$ ) yang besarnya tergantung dari jumlah sample ( $n$ ). Dimana  $t_{\text{hitung}}$  diperoleh:



$$\begin{aligned}
 t &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 t &= \frac{0,520\sqrt{97-2}}{\sqrt{1-0,520^2}} \\
 t &= \frac{0,520(9.85)}{\sqrt{0,73}} \\
 t &= \frac{5,12}{0,85} \\
 t &= 5.99
 \end{aligned}$$

E.

Keterangan :

Dipilih level Signifikan: 0,05/5%     $n = 97 = 1,99$

Berdasarkan hasil pengujian di atas maka  $t_{hit} > t_{tab}$  yaitu  $5,99 > 1,99$  yang artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Harga terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka penulis merumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga yang diberikan Indomaret Sudirman Tangerang sudah baik, berdasarkan pada hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 97 orang dengan 16 pernyataan yang menjawab “sangat setuju” sejumlah 479 jawaban (30.86%), jawaban “setuju” sejumlah 938 jawaban (60.44%), jawaban “ragu” sejumlah 131 jawaban (8.44%), jawaban “tidak setuju” sejumlah 4 jawaban (0.26 %) dan jawaban “sangat tidak setuju 0 jawaban (0%)
2. Keputusan Pembelian Indomaret Sudirman Tangerang sudah baik, berdasarkan pada hasil jawaban seluruh responden yang berjumlah 97 orang dengan 16 pernyataan yang menjawab “sangat setuju” sejumlah 225 jawaban (14.5%), jawaban “setuju” sejumlah 1142 jawaban (73.58%), jawaban “ragu” sejumlah 182 jawaban (11.73%), jawaban “tidak setuju” sejumlah 3 jawaban (0.19 %) dan jawaban “sangat tidak setuju 0 jawaban (0%)
3. Terdapat korelasi yang cukup kuat dan Positif antara Harga terhadap keputusan pembelian transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang, serta apabila dikonsultasikan dengan table interpretasi koefisien korelasi nilai  $r$  Harga memiliki korelasi yang cukup kuat sebesar 0,520 terhadap Keputusan pembelian. Kontribusi variabel X Harga terhadap Variabel Y Keputusan pembelian adalah sebesar 27,04% sedangkan sisanya 72,96% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan hasil pengujian di atas maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $5,99 > 1,99$  yang artinya bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya Harga terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-pulsa di Indomaret Sudirman Tangerang. Adapun persamaan regresi  $Y = 35,18 + 0,433X$  artinya bahwa perubahan Y searah dengan perubahan X. Jadi nilai Y akan meningkat jika X meningkat, sebaliknya nilai Y akan menurun jika X menurun.

## **B. Saran**

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga pulsa di indomaret sudirman tangerang yang dijual masih kurang diminati masyarakat. Sebaiknya Perusahaan lebih banyak memberikan harga – harga dengan potongan atau diskon yang membuat masyarakat tertarik membeli pulsa di indomaret sudirman tangerang.
2. Berdasarkan hasil kuesioner dimensi keputusan pembelian harga yang murah belum tentu niat pembeli akan tinggi, maka perusahaan haruslah lebih inovasi dan kreatif dalam memberikan informasi atau promosi yang dapat meningkatkan daya tarik masyarakat untuk pembelian pulsa di indomaret sudirman tangerang.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Abdullah, T. d. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Depok: PT.Raja Grafindo Persada.
- Abdurrahman, d. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Afifudin. (2013). *Dasar-Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Bariah, C. (2015). *Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rinso (Studi Kasus: Konsumen Pada Penang Market Kabupaten Bireuen)(Jurnal), 2015*. Yogyakarta: CAPS.
- Hambadi, R. L. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hurriyati, R. (2015). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabeta.
- Igir, F. G. (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* , 6(002).
- Kotler, P. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Putranto, A. T. (2018). Pengaruh Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Grosir Herbal Di Pondok Aren, Tangerang Selatan. *Jurnal Pemasaran Kompetitif* , 35-44.
- Rusdiana. (2014). *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Pustaka Setia.
- Septiani, F. (2017). PENGARUH HARGA TERHADAP MINAT BELI (STUDI KASUS PADA PT ASURANSI JIWA RECAPITAL DI JAKARTA). *Jurnal Mandiri* , 273-288.
- Setiadi, N. J. (2013). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2015). *Perilaku Konsumen dan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.

Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Suwarman, U. (2014). *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: PT. Ghalia Indo.

Tjiptono, F. (2016). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.

Widayati, D. (2012). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Tupperware di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen* , 65-74.