



Jurnal Review Pendidikan dan Pengajaran
<http://journal.universitaspahlawan.ac.id/index.php/jrpp>
 Volume 7 Nomor 4, 2024
 P-2655-710X e-ISSN 2655-6022

Submitted : 29/09/2024
 Reviewed : 14/10/2024
 Accepted : 17/10/2024
 Published : 29/10/2024

Dwiyanti¹
 Nur Aslindawaty²

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA TOKO RITEL PAKAIAN DI GUDANG 35 KOTA MAKASSAR

Abstrak

Penelitian ini berguna untuk mengetahui harga serta kualitas pelayanan berpengaruh berkenaan dengan keputusan pembelian secara parsial dan simultan pada Toko Ritel pakaian di Gudang 35 kota Makassar. Jenis penelitian dalam pengkajian berikut yakni penelitian Kuantitatif. Populasi dalam pengkajian berikut menggunakan Teknik purpose sampling, adapun populasinya adalah seluruh pengunjung Toko Ritel Pakaian Di Gudang 35 Kota Makassar pada saat melakukan penelitian. Teknik pengumpulan data yang dipakai yakni kuesioner, interviu, observasi serta dokumentasi. Data dianalisis dengan mengaplikasikan teknik analisis regresi linier berganda, uji t dengan memakai bantuan program SPSS. Berlandaskan perolehan penelitian, variabel Kualitas harga terhadap keputusan konsumen diketahui memiliki angka signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menjabarkan ada pengaruh positif dan signifikan antara peubah harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar. Kualitas pelayanan berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen diketahui mempunyai angka yang signifikan senilai $0,001 < 0,05$. Hal ini menjabarkan ada dampak positif dan signifikan antara peubah kualitas pelayanan berkenaan dengan keputusan pembelian Konsumen Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar . Peubah Kualitas harga dan kualitas pelayanan signifikan $0,000 < 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwasanya peubah kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif serta signifikan berkenaan dengan keputusan pembelian pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar. Secara koefisien determinasi diperoleh nilai R square sebesar 0,712, hal ini menunjukkan arti bahwa 71,2% peubah harga, kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Sisanya 28,8% dapat dijabarkan oleh peubah lainnya yang tidak diuji dalam pengkajian ini.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, dan Keputusan Pembelian

Abstract

This research aims to determine how price and service quality influence partial and simultaneous purchasing decisions at clothing retail stores in Gudang 35, Makassar city. The type of research in this research is quantitative research. The population in this study used a purpose sampling technique, the population was all visitors to the Clothing Retail Store in Gudang 35 Makassar City at the time of conducting the research. The data collection techniques used were questionnaires, interviews, observation and documentation. Data were analyzed using multiple linear regression analysis techniques, t test with the help of the SPSS program. Based on research results, price quality on consumer decisions is known to have a significant number of $0.006 < 0.05$. This shows that there is a positive and significant influence between the price variable on consumer purchasing decisions at the Clothing Retail Store in Gudang 35 Makassar City. Service quality on consumer purchasing decisions is known to have a significant number of $0.001 < 0.05$. This shows that there is a positive and significant influence between service quality variables on consumer purchasing decisions at clothing retail stores in Gudang 35 Makassar City. The price quality and service quality variables are significant at $0.000 < 0.05$, so

^{1,2}Pendidikan Ekonomi, FKIP, Universitas Patempo
 email: dwiyanti.wiwi@gmail.com, aslindawaty@patempo.ac.id

it can be concluded that the service quality and price variables simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions at clothing retail stores in Gudang 35 Makassar City. In terms of the coefficient of determination, the R square value is obtained at 0.712, this shows the meaning that 71.2% of the price and service quality variables together influence purchasing decisions. The remaining 28.8% can be explained by other variables not included in this study.

Keywords: Price, Service Quality, and Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi dan informasi memunculkan berbagai macam tren dan pola perilaku konsumen dalam membeli produk. Kualitas layanan dan harga adalah dua elemen utama yang memengaruhi pertimbangan konsumen dalam mengadakan pembelian produk. Toko ritel pakaian wanita dan anak-anak di Gudang 35 kota Makassar adalah salah satu toko yang menawarkan beragam jenis produk pakaian wanita dan anak-anak. Dalam persaingan bisnis ritel pakaian, Gudang 35 harus memperhatikan faktor kualitas pelayanan dan harga untuk mempertahankan konsumennya.

Pada kenyataannya, banyak toko ritel di Makassar yang belum memperhatikan faktor-faktor tersebut secara serius dan tidak memperoleh keuntungan yang optimal. Beberapa toko mungkin fokus pada menawarkan harga yang ramah di kantong tetapi kualitas pelayanan yang buruk, sedangkan toko lain mungkin menawarkan pelayanan yang berkualitas tinggi meskipun dengan harga yang mahal. Sebab itu, penting guna mengerti bagaimana faktor-faktor ini berpengaruh terhadap putusan pembelian konsumen dan bagaimana toko ritel dapat meningkatkan kualitas layanan dan strategi penetapan harga mereka.

Harga adalah salah satu faktor utama dalam pertimbangan pembelian konsumen. Konsumen biasanya membandingkan biaya produk yang ditawarkan oleh berbagai toko sebelum membuat pilihan untuk membeli produk. Toko ritel pakaian yang mampu memberikan harga yang lebih kompetitif dibandingkan dengan toko-toko pesaingnya, akan memiliki keunggulan dalam persaingan bisnis. Memberikan kualitas pelayanan menjadi faktor yang paling berpengaruh dalam pertimbangan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih toko yang memberikan pelayanan yang memuaskan dan berkualitas. Kualitas layanan yang optimal dapat memberikan loyalitas pembeli dan meningkatkan citra toko.

Gudang 35 kota Makassar sangat penting untuk dilakukan. Pengkajian ini diharapkan mampu menyampaikan informasi yang berguna bagi pengelola toko guna menambah kualitas pelayanan dan mempertimbangkan biaya agar dapat mempertahankan dan meningkatkan jumlah konsumen. Selain itu, pengkajian ini juga mampu memberikan kontribusi bagi pengkaji berikutnya yang ingin melanjutkan studi berkenaan dengan faktor-faktor yang memberikan dampak pertimbangan pembelian konsumen pada toko ritel. Berdasarkan latar belakang tersebut, pengkaji memilih judul pengkajian yakni "Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen." Pada Toko Ritel Pakaian Di Gudang 35 Kota Makassar”

Harga yaitu perhitungan suatu barang yang diungkapkan dalam bentuk uang. Biaya merujuk pada total biaya pada produk atau jasa. Selain itu, harga juga merupakan perhitungan yang ditukarkan guna memperoleh profit dari suatu produk atau jasa (Kotler dalam Herlambang, 2014: 47). Penetapan harga umumnya dilakukan untuk menambah nilai atau menutupi biaya produksi yang diperhitungkan berdasarkan pengeluaran serta pengorbanan tenaga dan waktu dalam memproduksi barang atau jasa.

Salah satu tujuan penetapan harga adalah mencapai stabilitas harga agar tidak mudah mengalami fluktuasi. Dengan harga yang konsisten dan stabil, kamu dapat menghindari risiko perang harga. Perang harga dapat terjadi ketika permintaan menurun, di mana harga produk terpaksa diturunkan untuk menarik pembeli.

Berlandaskan pendapat Arianto (2018:83), kualitas pelayanan boleh didefinisikan sebagai upaya untuk mencukupi kebutuhan serta persyaratan, dan akurasi waktu dalam mencukupi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan valid untuk seluruh jenis layanan yang diberikan oleh industri saat pelanggan berada di tempat tersebut.

Berkaitan dengan fasilitas, ada dua istilah yang wajib dipahami dua istilah, yakni melayani dan pelayanan. Berlandaskan dari Kamus Besar Bahasa Indonesia, menyervis berarti

menolong menata atau memenuhi kebutuhan seseorang. Sementara itu, pelayanan merupakan upaya untuk memenuhi keperluan orang lain.

Keputusan pembelian ialah proses memilih alternatif keputusan mengenai apakah akan melakukan pengadaan atau tidak, yang menyeluruh penentuan barang yang akan diadakan. Keputusan ini diperoleh dari pengalaman-pengalaman sebelumnya dan merupakan bagian dari perilaku konsumen.

METODE

Rancangan Penelitian

Jenis pengkajian yang diaplikasikan dalam pengkajian ini yakni penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif ialah salah satu jenis pengkajian yang spesifikasinya yakni sistematis, terencana serta terstruktur dengan jelas sejak pertama sampai dengan pembuatan desain pengkajiannya. Peubah ialah penghimpunan secara logis dari dua atau lebih suatu atribut dari objek yang dikaji. Peubah dalam penelitian ini yakni peubah terikat dan bebas.

Peubah terikat (Y) = Keputusan Pembelian

Peubah bebas (X) = Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2)

Dalam pengkajian ini, definisi operasional peubah pengkajian yakni sebagai berikut: Peubah Terikat (Y) merupakan peubah yang dipengaruhi oleh peubah bebas (independent), dimana variabel terikatnya yaitu Keputusan pembelian dioperasikan sebagai pilihan konsumen untuk membeli produk pakaian di Gudang 35. Keputusan pembelian akan diukur dengan menggunakan skala nominal. Peubah Bebas (X) ialah peubah yang memberikan dampak atau menjadi penyebab perubahannya atau timbulnya peubah terikat (dependent), dimana peubah bebas terdiri dari: Harga (X1) dioperasikan sebagai harga jual produk pakaian wanita dan anak-anak yang ditawarkan oleh Gudang 35. Kualitas Pelayanan (X2) dioperasikan sebagai persepsi konsumen tentang kualitas layanan yang diberikan oleh Gudang 35 dalam melayani pembeli. Kualitas pelayanan (X1) dan Harga (X2) akan diukur dengan menggunakan skala interval

Populasi dan Sampel

Dalam pengkajian ini yang menjadi populasi ialah keseluruhan pengunjung yang akan melakukan pembelian pada toko Ritel pakaian di Gudang 35 Kota Makassar maka populasi yang digunakan tidak terbatas (infinite) karena jumlah populasi belum diketahui secara pasti. Teknik pengambilan sampel yang dipakai dalam pengkajian ini mengaplikasikan teknik purposive sampling. Demikian halnya sebab menggunakan teknik purposive sampling ,dalam hal ini sampel yang diimplementasikan dalam pengkajian ini yaitu 50 pengunjung.

Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi, yakni teknik penghimpunan data dengan mengobservasi langsung apa yang sedang terjadi dilapangan/ tempat pengkajian.
2. Interview, Wawancara dilaksanakan guna mengetahui bagaimana faktor-faktor yang memberikan dampak keputusan pengadaan yang dilakukan pada Toko Ritel Pakaian Di Gudang 35 Kota Makassar
3. Angket/Kuesioner yakni suatu list pertanyaan yang diperlukan dari masing-masing narasumber yang menjadi sampel.
4. Dokumentasi dapat berupa gambar atau tulisan yang berkenaan dengan pengkajian.

Teknik Analisis Data

Data yang didapat dalam pengkajian ini adialah data yang bersifat kualitatif, oleh sebab itu data yang bersifat kualitatif ini disajikan dengan menggunakan skala sehingga menjadi data-data yang bersifat kuantitatif. Skala yang diimplementasikan guna mengubah data yang bersifat kualitatif menjadi data yang bersifat kuantitatif yakni dimana informan diminta guna menjawab pertanyaan dengan taraf yang sudah ditetapkan sebagai berikut:

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Kurang Setuju (KS)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Metode ini berguna dalam memahami analisis berkenaan dengan korelasi antara peubah terikat /dependent dengan dua atau lebih peubah bebas/independent, Arikunto, (2006). Korelasi antara peubah dependent serta independent dijabarkan dengan persamaan sebagai berikut:

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

Keterangan:

- Y = keputusan pembelian
- a = Konstanta
- b1, b2 = Koefisien Regresi
- X1 = harga
- X2 = kualitas pelayanan e = Standar error

2. Uji Hipotesis
 - a. Uji Signifikasi Simultan (Uji F), Uji F pada dasarnya mendeskripsikan apakah seluruh peubah bebas yang dimasukkan dalam model memiliki dampak secara bersamaan berkenaan dengan peubah terikat. Dalam pengkajian ini pengkajian hipotesis secara simultan ditujukan guna mengukur besarnya dampak peubah bebas strategi
 - b. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t), Uji t pada dasarnya mendeskripsikan seberapa jauh dampak satu peubah independen secara individual dalam mendeskripsikan peubah peubah independen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik responden

Deskripsi ciri khas informan yakni Karakteristik responden ialah atribut serta sifat-sifat individu yang menjadi objek dalam pengkajian, misalnya seperti umur, jenis kelamin, dan sebagainya. Ciri khas ini memberikan dampak cara responden mengetahui, menanggapi, serta menyusun pendapat mereka berkenaan dengan pertanyaan atau topik yang ditanyakan, penjelasan tentang keberadaan Pelanggan berkenaan dengan putusan pengadaan Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar digunakan sebagai informasi untuk mengidentifikasi responden dalam pengkajian ini. Sampel yang dipakai terdiri dari 50 orang konsumen. Karakteristik responden akan dijabarkan sebagai berikut:

1. Karakteristik informan berlandaskan Jenis Kelamin, terdiri atas laki-laki serta perempuan untuk menyadari besar keselarasan dari Konsumen laki-laki dan perempuan Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar. Lebih jelasnya dapat dijabarkan pada Tabel berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin			
No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	35	70%
2	Perempuan	15	30%
	Total	50	100

Sumber: Data diolah, 2022.

Berlandaskan tabel diatas, mampu dijelaskan bahwasanya dari 50 responden 70% yaitu 35 informan berjenis kelamin laki-laki serta 30% atau 15 informan berjenis kelamin perempuan. sedemikian halnya total informan paling banyak dalam pengkajian ini ialah laki-laki.

2. Karakteristik Responden Berlandaskan rentang Umur. Umur yang disandang responden untuk menggampangkan dan menyadari tingkat prestasi kerja Pelanggan yang ditetapkan dalam melaksanakan tugas pokok serta fungsi pada Toko Ritel Pakaian di

Gudang 35 Kota Makassar. Lebih detailnya usia responden pada tabel berikut :

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	21- 3tahun	22	44%
2	31- 4tahun	20	40%
3	41- 50 tahun	5	10%
4	Diatas 50 tahun	3	6%
	Total	50	100

Sumber: Data diolah, 2022.

Berlandaskan tabel 2 mampu dicatat bahwasanya dari 50 informan, demikian total sampel yang mempunyai umur terbanyak yakni informan dengan umur 21-30 tahun yakni senilai 44% atau senilai 22 orang.

3. Karakteristik Responden berlandaskan Tingkat Pendidikan, Tingkat pendidikan ialah jenjang pendidikan yang dilewati oleh informan sejalan dengan latar belakang pendidikan serta disiplin ilmu yang dipelajari serta diterima oleh pemerintah atas lulusan pendidikan yang dipunyainya, berlandaskan tabel berikut:

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Karakteristik Responden Berdasarakan Pendidikan Terakhir

No.	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
1	SMA	30	60%
2	DIII	5	10%
3	SI	15	30%
	Total	50	100

Sumber: Data diolah, 2022.

Berlandaskan tabel 4.3 dapat dijabarkan bahwasanya dari 50 responden, demikian total sampel yang mempunyai tingkat pendidikan terbanyak yakni responden yang mempunyai pendidikan SMA sebanyak 30% atau 30 orang.

Pengujian Hipotesis

1. Regresi Linier Berganda

Perolehan perhitungan dengan mengaplikasikan data SPSS pada multiple regression analysis tentang Harga (X1) dan Kualitas pelayanan (X2) berkenaan dengan Keputusan konsumen (Y) pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar maka dapat dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	8,217	1,087		7,558
	Harga	,212	,074	2,879	,006
	Kualitas Pelayanan	,217	,060	3,611	,001

Sumber: Data diolah, 2023

Maka diperoleh nilai $Y = 8,217 + 0,212X_1 + 0,217X_2 + e$ Persamaan regresi linear di atas mampu dijabarkan sebagai berikut:

- a. Peubah harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y). Koefisien regresi peubah harga 0,212 yang bermakna untuk setiap penambahan harga 1 satuan akan memberikan dampak kenaikan Keputusan konsumen senilai 0,212.
- b. Peubah kualitas pelayanan (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen (Y).
- c. Koefisien regresi peubah harga 0,217 bermakna untuk setiap penambahan kualitas pelayanan 1 satuan akan memberikan dampak peningkatan Keputusan konsumen sebesar 0,217.

2. Uji T

Berlandaskan perolehan pengelolaan data pada Tabel 4 diketahui taraf signifikansi masing-masing peubah bebas, yakni harga (Sig = 0,006), Kualitas pelayanan (Sig = 0,001). Perolehan pengkajian hipotesis guna memahami signifikansi peubah bebas secara parsial sebagai berikut:

- a. Peubah Harga (X1), Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pelanggan diperoleh signifikansi senilai $0,006 < 0,05$. Maka boleh dinyatakan bahwasanya secara parsial harga memberikan dampak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar.
- b. Peubah Kualitas pelayanan (X2), Pengaruh kualitas pelayanan berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen diperoleh signifikansi senilai $0,001 < 0,05$. Maka boleh dinyatakan bahwasanya secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan berkenaan dengan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar.

3. Uji F

Uji-F mampu dipakai guna mengkaji dampak secara simultan peubah bebas berkenaan dengan peubah terikatnya (Y), jika peubah bebas mempunyai dampak secara simultan berkenaan dengan peubah terikatnya (Y). Uji ini dilaksanakan dengan membandingkan taraf signifikansi F dengan taraf nyata 0,05. Jika taraf signifikansi $< 0,05$ maka dapat diartikan peubah bebas secara bersamaan memberikan dampak signifikan berkenaan dengan peubah terikat (Y).

Tabel 5 Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19,278	2	9,639	24,198	,000 ^b
	Residual	18,722	47	,398		
	Total	38,000	49			

Sumber: Data diolah, 2023.

Berlandaskan perolehan pengkajian pada tabel diatas mampu dijabarkan pada taraf tingkat signifikan $0,000 < 0,05$, maka mampu disimpulkan bahwasanya peubah harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memberikan dampak signifikan berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen (Y).

4. Koefisien Determinasi

Pengkajian determinasi dilaksanakan guna memahami besaran taraf koefisien yang menggambarkan besarnya variasi peubah dependen yang mampu dijabarkan oleh peubah independenya. Koefisien determinasi diaplikasikan guna menaksir seberapa jauh peubah-peubah bebas yang dipakai dalam pengkajian ini dalam menjabarkan peubah terikatnya. Taraf koefisien determinasi ditetapkan dengan taraf R square sebagai mana dapat dijabarkan pada tabel berikut:

Tabel 7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
,712 ^a	,507	,486	,631	,712 ^a

Sumber: Data diolah, 2023.

Berlandaskan perolehan uji tabel 7 regresi koefisien determinasi model summary pada tabel diatas mampu diketahui bahwasanya koefisien estimasi (R square) yang didapat dalam pengkajian ini senilai 0,712, hal ini menjabarkan makna bahwasanya 71,2% peubah harga (X1), Kualitas pelayanan (X2) secara bersamaan berkenaan dengan Keputusan pembelian konsumen (Y). Sisanya 28,8% dapat dijabarkan oleh peubah lainnya yang tidak diujikan dalam pengkajian ini.

SIMPULAN

Berlandaskan perolehan pengkajian, maka ditarik kesimpulan yaitu:

1. Ada pengaruh harga berkenaan dengan keputusan konsumen diketahui mempunyai angka signifikan sebesar $0,006 < 0,05$. Hal ini menunjukkan ada dampak positif serta signifikan peubah harga berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar.
2. Ada pengaruh kualitas pelayanan berkenaan dengan keputusan pembelian konsumen diketahui mempunyai angka signifikan senilai $0,001 < 0,05$. Hal ini menggambarkan ada dampak positif serta signifikan peubah kualitas pelayanan berkenaan dengan keputusan pembelian Konsumen Pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar .
3. Ada pengaruh harga serta kualitas pelayanan signifikan $0,000 < 0,05$, sehingga mampu disimpulkan bahwasanya peubah kualitas pelayanan dan harga secara simultan memberikan dampak positif dan signifikan berkenaan dengan keputusan pembelian pada Toko Ritel Pakaian di Gudang 35 Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

- Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran. Jakarta: Prenadamedia group.
- Philip, kotler. (2011). Manajemen Pemasaran Indonesia. Jakarta: Selemba Empat Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing management (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Sopiah, Etta Mamang Sangadji. (2013). Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2005). Metode Penelitian Adminitrasi. Bandung: Alfabeta, CV. Suharto. Pengaruh Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Menggunakan
- Suprihati dan Wikan, Budi Utami. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten ukoharjo. jurnal paradigma. Vol.13, no. 01, Februari-Juli (2015).
- Suprihati dan Wikan, Budi Utami. Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Pribadi di Kelurahan Gonilan Kabupaten ukoharjo. jurnal paradigma. Vol.13, no. 01, Februari-Juli (2015).
- Lupiyoadi, rambat. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa dan Praktek. Jakarta: Selembang Empat.
- Variabel Sosial dan Pribadi Sebagai Mediasi Produk Air Minum Kemasan. deripatif. Vol,10. No,1. April (2016)