

**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO SEKOLAH YAYASAN PERGURUAN SULTAN AGUNG  
(Survei pada Siswa/i SMA Swasta Sultan Agung)**

Oleh:  
Justika Salim  
S-1 Manajemen  
Darwin Lie, Efendi, Julyanthry

**Abstraksi**

Adapun rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Metode yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian kepustakaan dan penelitian lapangan. Populasinya adalah seluruh konsumen Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung yang berjumlah 146 orang. Data yang digunakan adalah data kualitatif dan data kuantitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah metode kuesioner, metode wawancara dan metode dokumentasi. Kemudian teknik analisis data menggunakan metode deskriptif kualitatif dan metode deskriptif kuantitatif.

Hasil penelitian disimpulkan sebagai berikut: 1. Penetapan harga, perilaku konsumen dan keputusan pembelian sudah baik. 2. Hasil analisis regresi  $= 7,348 + 0,483X_1 + 0,753X_2$ , artinya penetapan harga dan perilaku konsumen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. 3. Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh  $r=0,761$ , artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara penetapan harga dan perilaku konsumen dengan keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Tinggi rendahnya keputusan pembelian dapat dijelaskan sebesar 57,9% oleh penetapan harga dan perilaku konsumen. 4. Hasil uji hipotesis  $H_0$  ditolak, artinya penetapan harga dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung baik secara simultan maupun parsial.

Saran dari hasil penelitian ini. Penetapan harga dapat ditingkatkan dengan membeli alat tulis dari *supplier* yang menawarkan harga yang lebih murah, sehingga harga yang dijual lebih murah dari pesaing. Perilaku konsumen dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas dan kepuasan, sehingga teman memberikan masukan positif terhadap alat tulis kantor yang dijual. Keputusan pembelian dapat ditingkatkan dengan memperhatikan peningkatan pada penetapan harga dan perilaku konsumen seperti memberi potongan harga, menambah variasi, mengurangi produk yang harga murah tapi kualitasnya kurang baik.

Kata Kunci: Penetapan Harga, Perilaku Konsumen dan Keputusan Pembelian

*Abstraction*

*The formulation of this research problem is how the influence of price and consumer behaviour on purchase decisions at Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. The method used in this paper is literature research and field research. The population is all consumer of Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung which amounted to 146 people. The data used are qualitative data and quantitative data, and data collection techniques used are questionnaire method, interview method and documentation method. Then the technique of data analysis using qualitative descriptive method and quantitative descriptive method.*

*The result of this study can be summarized as follows: 1. Pricing, consumer behavior and buying decision have been good. 2. Result of regression analysis is  $= 7,348 + 0,483X_1 + 0,753X_2$ , meaning the pricing and consumer behavior have positive influence on the buying decision. 3. The result of the correlation analysis is  $r=0.761$ , meaning that there is a strong and positive relation between pricing, consumer behavior and buying decision at Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Level of buying decision can be explained by 57,9% by pricing and consumer behavior. 4. Result of the hypothesis stated that  $H_0$  is rejected, meaning that the pricing and consumer behavior positive and significant impact the buying decision at Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung either simultaneously or partially.*

*The suggestions of this research. Pricing can be improved by buying stationary from suppliers that offer cheaper prices, so that stationary is sold cheaper than the price sold by competitors. Consumer behavior can be improved by improving the quality and satisfaction, so that friend will give positive feedback on stationary that is sold. Buying decision can be improved by paying attention to improvement at the pricing and consumer behavior such as giving discount, adding product variations, and decreasing product that have cheap price but the quality is bad.*

Keywords: Pricing, Consumer Behavior, Buying Decision

## **A. PENDAHULUAN**

### **1. Latar Belakang Masalah**

Toko sekolah merupakan salah satu bagian dari Yayasan Perguruan Sultan Agung. Toko sekolah menyediakan berbagai keperluan alat tulis kantor (ATK) berupa buku, pulpen, penggaris, folio dan sebagainya yang dibutuhkan oleh siswa/i. Toko sekolah diadakan dengan tujuan siswa/i dapat membeli kebutuhan dalam lingkungan sekolah. Dalam memenuhi kebutuhan siswa/i, toko sekolah perlu memperhatikan harga dan keragaman produk sehingga siswa/i tertarik untuk membeli produk di toko sekolah.

Keputusan pembelian merupakan proses identifikasi permasalahan dan peluang, kemudian menyesuaikannya. Dimensi keputusan pembelian dapat dilihat dari proses pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Fenomena keputusan pembelian yang terjadi di toko sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung adalah siswa/i membeli kebutuhan berdasarkan kebiasaan, dimana siswa/i memiliki kepercayaan terhadap kualitas merek tertentu sehingga sulit untuk berpindah ke merek yang lain. Contohnya dalam membeli pulpen siswa/i lebih memilih merek kenko, akan tetapi merek tersebut tidak tersedia di toko sekolah sehingga siswa/i hanya bisa membeli merek pulpen yang ada.

Pada toko sekolah ada beberapa produk alat tulis kantor (ATK) terutama pulpen memiliki kualitas yang kurang baik, sehingga ketika siswa/i membeli produk tersebut mereka merasa kecewa dan tidak akan kembali membeli produk tersebut lagi. Hal ini tentunya akan berdampak terhadap perilaku pasca pembelian, dimana toko sekolah akan kekurangan konsumen atas produk tersebut.

Harga sebuah produk merupakan salah satu faktor pertimbangan bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Dimensi penetapan harga pada toko sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung dapat dilihat dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat.

Penetapan harga di toko sekolah dapat dilihat dari harga alat tulis kantor yang relatif murah sehingga mampu dijangkau oleh siswa/i. Harga yang ditetapkan di toko sekolah tidak bisa bersaing jika dibandingkan dengan grosir. Hal ini akan mempengaruhi keputusan pembelian siswa/i atas produk tersebut. Pada dimensi kesesuaian harga dengan kualitas, jika barang memiliki kualitas yang baik maka harga yang ditetapkan akan lebih mahal dan sebaliknya

barang dengan kualitas yang kurang baik maka harga yang ditetapkan akan lebih murah. Contohnya untuk pulpen cair merek My-gel harganya lebih mahal karena kualitasnya lebih baik. Pada dimensi daya saing harga, toko sekolah menjual produk dengan harga yang dapat bersaing dengan toko lainnya tetapi tidak dapat bersaing harga dengan toko grosir.

Faktor lain selain harga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah perilaku konsumen. Perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi. Konsumen akan kembali membeli barang yang mereka rasa sesuai dengan kebutuhan mereka setelah menggunakan dan mengevaluasinya. Dimensi perilaku konsumen dapat dilihat dari faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Pada dimensi faktor budaya, pembelian produk disesuaikan kepada gaya hidup atau status sosial siswa/i. Contohnya siswa/i dengan golongan menengah ke bawah cenderung membeli produk yang lebih murah dan sebaliknya siswa/i dengan golongan menengah ke atas cenderung membeli produk lebih mahal dengan kualitas yang lebih baik. Pada dimensi faktor sosial, siswa/i membeli suatu produk karena ada rekomendasi dari teman akibat dari respon pemakaian yang positif. Pada faktor pribadi, produk yang dijual masih ada yang belum sesuai dengan keinginan konsumen, misalnya tidak menjual produk tertentu yang diinginkan siswa/i sehingga mereka kecewa dan hanya dapat menggunakan merek tersedia.

### **2. Rumusan Masalah**

- a. Bagaimana gambaran penetapan harga, perilaku konsumen dan keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.
- b. Bagaimana pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung baik secara simultan maupun parsial.

### **3. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung baik secara simultan maupun parsial.
- b. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung baik secara simultan maupun parsial.

#### 4. Metode Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Toko Sekolah merupakan salah satu badan usaha yang menyediakan kebutuhan peralatan dan perlengkapan sekolah. Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung berlokasi di Jalan Surabaya No.19 Pematangsiantar.

Desain penelitian adalah penelitian kepustakaan (*library research*) dan penelitian lapangan (*field research*). Teknik pengumpulan data berupa observasi, kuesioner, wawancara dan dokumentasi. Jenis data yang adalah jenis data kualitatif dan data kuantitatif. Hasil data yang diperoleh dari lapangan akan dianalisis secara deskriptif baik bersifat kualitatif dan kuantitatif.

### B. LANDASAN TEORI

#### 1. Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang penting dalam dunia bisnis. Menurut Boyd, et al (2000:18), manajemen pemasaran (*marketing management*) adalah proses menganalisis, merencanakan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program-program yang mencakup pengkonsepkan, penetapan harga, promosi dan distribusi dari produk, jasa dan gagasan yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pasar sasaran yang menguntungkan dengan pasar sasaran untuk mencapai tujuan perusahaan.

Manajemen pemasaran menurut Kotler dan Gary (2008:10), adalah seni atau ilmu memilih target pasar dan membangun hubungan yang menguntungkan dengan target pasar itu. Menurut Tjiptono (2015:13), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi dan distribusi gagasan, barang dan untuk menciptakan pertukaran tujuan individual dan organisasional.

Setiap perusahaan memiliki tujuan yang ingin dicapai melalui produk yang dihasilkan. Salah satu tujuannya adalah terjualnya seluruh produk dengan laba yang diharapkan dan tercapainya kepuasan pelanggan. Berdasarkan beberapa pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah semua proses perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian mulai dari penetapan harga sampai dengan memasarkan barang dan jasa ke tangan pelanggan, termasuk memuaskan kebutuhan pelanggan dan mencapai tujuan organisasi.

#### 2. Harga

Menurut Kotler dan Gary (2008:345), harga (*price*) adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Menurut Tjiptono

(2015:289), harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Menurut Kotler dan Kevin (2009:67), harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa harga adalah suatu nilai atau jumlah yang ditukarkan oleh pembeli untuk memiliki suatu barang atau jasa dan untuk mendapatkan keuntungan bagi penjual. Seseorang akan membeli barang jika pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut. Nilai harga barang itu terlalu tinggi akan menyebabkan penjualan akan menurun namun jika harga terlalu rendah akan mengurangi keuntungan yang dapat diperoleh oleh penjual.

#### 3. Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Kevin (2009:166), perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Menurut Mowen dan Michael (2002:6), perilaku konsumen (*consumer behavior*) didefinisikan sebagai studi tentang unit pembelian (*buying units*) dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide.

The American Marketing Association dalam Setiadi (2008:3), mendefinisikan perilaku konsumen merupakan interaksi dinamis antara afeksi dan kognisi, perilaku, dan lingkungannya di mana manusia melakukan kegiatan pertukaran dalam hidup mereka.

Seorang pemasar dituntut mampu menciptakan strategi pemasaran yang tepat dalam rangka persaingannya dengan perusahaan lain. Perilaku setiap individu berbeda-beda. Perbedaan itu terdapat ketika mereka mengkonsumsi barang dan jasa. Konsumen dengan pendapatan yang tinggi dan kelas sosial atas, pasti mengkonsumsi barang yang berbeda dengan konsumen dengan pendapatan rendah dan kelas sosial bawah. Berdasarkan pendapat ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah proses pembelian, pertukaran suatu barang atau jasa yang dipengaruhi oleh faktor lingkungan, cara pandang, motivasi, dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

#### 4. Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Leslie (2007:108), keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Menurut Setiadi (2008:38), keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif, dan memilih salah satu diantaranya.

Keputusan pembelian menurut Kotler dan Gary (2008:181) adalah keputusan pembeli tentang merek mana yang dibeli. Konsumen dapat membentuk niat untuk membeli merek yang paling disukai. Dua faktor yang berada diantara niat pembelian dan keputusan pembelian yaitu sikap dan situasi yang tidak terantisipasi.

Kegiatan pembelian merupakan suatu rangkaian tindakan fisik maupun mental yang dialami oleh seorang konsumen dalam melakukan pembelian. Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan pemilihan yang dilakukan tentang merek mana yang dibeli konsumen dari sejumlah alternatif yang ada.

### C. PEMBAHASAN

#### 1. Analisa

##### a. Deskriptif Kualitatif

Analisis deskriptif dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran atau deskripsi mengenai tanggapan dari pelanggan mengenai pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian produk teh pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Sesudah pengujian data, maka langkah selanjutnya penelitian melakukan pengkajian analisis kualitatif sebagai gambaran fenomenal dari variabel penelitian pada saat sekarang ini. Adapun penetapan kriteria nilai rata-rata jawaban dari responden tersebut dimasukkan dalam kelas-kelas interval dimana penetapan intervalnya memakai rumus sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{Interval Kelas} &= \frac{\text{Nilai Tertinggi} - \text{Nilai Terendah}}{\text{Jumlah Kelas}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= \frac{4}{5} \\ &= 0,8 \end{aligned}$$

Dari rumus diatas dapat diperoleh interval kelas 0,8 sehingga berlaku ketentuan kategori dengan hasil berikut:

**Tabel 1**  
**Nilai Interval dan Kategori Jawaban Responden**

Nilai Interval	Kategori		
	Harga	Citra Merek	Keputusan Pembelian
1,00 – 1,80	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik	Sangat Tidak Baik
1,81 – 2,60	Tidak Baik	Tidak Baik	Tidak Baik

2,61 – 3,40	Cukup Baik	Cukup Baik	Cukup Baik
3,41 – 4,20	Baik	Baik	Baik
4,21 – 5,00	Sangat Baik	Sangat Baik	Sangat Baik

Sumber: hasil pengolahan data (2017)

#### 1) Gambaran Penetapan Harga pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung

Dari hasil analisa, berdasarkan dimensi keterjangkauan harga pada indikator harga yang ditawarkan memperoleh nilai 3,72 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena harga alat tulis kantor yang ditawarkan sesuai dengan manfaat alat tulis kantor yang diterima oleh siswa/i. Pada indikator kesesuaian harga dengan kondisi keuangan memperoleh nilai 3,54 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan harga alat tulis kantor yang ditetapkan disesuaikan dengan kemampuan kondisi keuangan siswa/i. Pada indikator terakhir keterjangkauan harga alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,53 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan harga alat tulis kantor yang dijual memiliki harga yang standar sehingga mampu dijangkau oleh siswa/i.

Untuk dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk pada indikator kualitas alat tulis kantor memperoleh nilai 4,10 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena harga alat tulis kantor yang dijual yang ditetapkan sesuai dengan kualitasnya. Pada indikator daya tahan alat tulis kantor memperoleh nilai 3,85 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan alat tulis kantor yang dijual memiliki daya tahan yang baik sehingga alat tulis kantor tersebut dapat dipakai dalam jangka waktu yang lama. Pada indikator terakhir kondisi fisik alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 4,16 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan kondisi alat tulis kantor yang dijual berada dalam kondisi yang masih baik dan tidak cacat.

Pada dimensi daya saing harga pada indikator keberagaman alat tulis kantor memperoleh nilai 3,94 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena harga alat tulis kantor yang dijual dibandingkan dengan toko di sekitar Sultan Agung tersedia beberapa merek sehingga siswa/i bebas memilih yang disukai. Pada indikator persaingan harga alat tulis kantor dengan toko lain memperoleh nilai 3,36 dengan kategori cukup baik, hal ini dikarenakan harga alat tulis kantor yang ditetapkan jika dibandingkan dengan toko grosir masih lebih tinggi. Pada indikator terakhir kemudahan membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,76 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan dengan adanya Toko Sekolah di lingkungan sekolah mempermudah siswa/i membeli alat tulis kantor dalam memenuhi kebutuhan.

Dimensi terakhir kesesuaian harga dengan manfaat pada indikator manfaat alat

tulis kantor yang dirasakan memperoleh nilai 4,08 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena alat tulis kantor yang dijual mempunyai nilai manfaat yang baik sehingga siswa/i merasa puas dari segi harga dan kualitas. Pada indikator pemenuhan alat tulis kantor yang disediakan memperoleh nilai 3,91 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan alat tulis kantor yang dijual di Toko Sekolah mampu memenuhi kebutuhan siswa/i, seperti Apabila ada kebutuhan pembelajaran yang tidak tersedia yang diperlukan siswa/i maka Toko Sekolah akan secepatnya menyediakannya. Pada indikator terakhir keinginan membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,75 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan adanya manfaat yang dirasakan dari penggunaan alat tulis kantor dan terpenuhinya kebutuhan yang mereka inginkan.

Dari total jawaban responden mengenai penetapan harga baik dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat mendapat nilai rata-rata sebesar 3,81 dengan kriteria baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,16 dengan kriteria baik untuk dimensi kesesuaian harga dengan kualitas produk pada indikator kondisi alat tulis kantor yang dijual. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,36 dengan kriteria cukup baik untuk dimensi daya saing harga dengan indikator persaingan harga alat tulis kantor dengan toko lain.

## **2) Gambaran Perilaku Konsumen pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung**

Dari hasil analisa, berdasarkan dimensi faktor budaya pada indikator pengaruh keluarga terhadap keputusan pembelian alat tulis kantor memperoleh nilai 3,79 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena keluarga merasakan kemudahan dan kebiasaan menggunakan merek alat tulis kantor tertentu yang dijual di toko sekolah. Pada indikator tingkat perkembangan alat tulis kantor memperoleh nilai 3,68 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan Toko Sekolah mengikuti perkembangan produk alat tulis kantor yang baru, seperti tersedianya correction type dalam bentuk kertas sehingga mempermudah siswa/i dalam memperbaiki tulisan yang salah dan tidak membuat buku terlihat kotor. Pada indikator kesesuaian alat tulis kantor untuk pemenuhan keinginan memperoleh nilai 3,77 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan harga jual alat tulis kantor masih bisa dijangkau oleh siswa/i dan tersedianya berbagai keperluan yang dibutuhkan sesuai dengan keinginan.

Untuk dimensi faktor sosial pada indikator kondisi lingkungan menentukan pembelian alat tulis kantor memperoleh nilai 3,66 dengan kategori baik, hal ini disebabkan faktor kebiasaan siswa/i dan kemudahan untuk

membeli alat tulis kantor di lingkungan sekolah. Pada indikator kondisi teman dalam menentukan pembelian memperoleh nilai 3,39 dengan kategori cukup baik, hal ini dikarenakan pengaruh teman yang kecewa terhadap suatu produk alat tulis kantor karena pengalaman pemakaian yang kurang memuaskan. Pada indikator terakhir status sosial menentukan pembelian memperoleh nilai 3,63 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan faktor sosial seperti siswa/i dengan golongan menengah ke bawah cenderung membeli produk yang lebih murah dan sebaliknya siswa/i dengan golongan menengah ke atas cenderung membeli produk lebih mahal dengan kualitas yang lebih baik.

Pada dimensi faktor pribadi untuk indikator kesesuaian alat tulis kantor dalam memenuhi kebutuhan memperoleh nilai 3,86 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena alat tulis kantor yang dijual mampu memenuhi kebutuhan siswa/i. Pada indikator manfaat yang diberikan memperoleh nilai 4,00 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan manfaat yang diberikan alat tulis kantor memberikan nilai puas kepada siswa/i. Pada indikator kesesuaian alat tulis kantor dengan gaya hidup memperoleh nilai 3,68 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan alat tulis kantor yang mengikuti perkembangan memberikan tingkat kepuasan sesuai dengan gaya hidup mereka seperti siswa/i yang membeli alat tulis jenis terbaru menunjukkan gaya hidup yang berbeda.

Dari total jawaban responden mengenai perilaku konsumen baik dari faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi mendapat nilai rata-rata sebesar 3,72 dengan kriteria baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,00 dengan kriteria baik untuk dimensi faktor pribadi pada indikator manfaat yang diberikan alat tulis kantor. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,39 dengan kriteria cukup baik untuk dimensi faktor sosial dengan indikator kondisi teman dalam menentukan pembelian alat tulis kantor.

## **3) Gambaran Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung**

Dari hasil analisa, berdasarkan dimensi pengenalan masalah pada indikator kebutuhan atas alat tulis kantor yang ditawarkan memperoleh nilai 3,74 dengan kategori baik, hal ini disebabkan siswa/i membeli kebutuhan di Toko Sekolah berdasarkan alat tulis yang ditawarkan di sana. Pada indikator minat atas alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,53 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan siswa/i memiliki minat membeli atas alat tulis kantor yang dijual di Toko Sekolah dengan beberapa alternatif merek. Pada indikator terakhir kondisi lokasi strategis memperoleh nilai 3,69 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan lokasi Toko Sekolah yang berada dalam

lingkungan sekolah mempermudah siswa/i dalam membeli alat tulis kantor.

Untuk dimensi pencarian informasi pada indikator keluarga menentukan dalam membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,69 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena beberapa anggota keluarga merasakan kemudahan dalam membeli alat tulis kantor di Toko Sekolah dan tersedianya kebutuhan yang diperlukan. Pada indikator rekomendasi teman dalam menentukan membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,56 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan teman memberikan rekomendasi alat tulis kantor yang baik karena faktor pengalaman pemakaian. Pada indikator terakhir pengalaman menentukan pembelian alat tulis kantor memperoleh nilai 3,69 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan siswa/i merasa puas terhadap alat tulis kantor sehingga mempunyai keinginan membeli.

Untuk dimensi evaluasi alternatif pada indikator kesesuaian pendapatan dalam membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,62 dengan kategori baik, hal ini disebabkan karena alat tulis kantor yang dijual di Toko Sekolah memiliki berbagai tingkat harga yang mampu dibeli sesuai dengan kondisi uang saku siswa/i. Pada indikator kesesuaian kebutuhan atas alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,71 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan alat tulis kantor yang dijual di Toko Sekolah mempunyai beberapa pilihan dari segi harga dan kualitas yang disesuaikan dengan kebutuhan siswa/i. Pada indikator terakhir kesesuaian manfaat alat tulis kantor yang dibeli memperoleh nilai 3,90 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan manfaat alat tulis kantor yang tersedia berbeda-beda, alat tulis kantor dengan harga dan kualitas yang lebih baik pasti memberikan manfaat yang lebih kepada siswa/i sehingga mereka mempunyai pilihan dalam membeli.

Untuk dimensi keputusan pembelian pada indikator kualitas alat tulis kantor memperoleh nilai 3,96 dengan kategori baik, kualitas alat tulis kantor yang baik akan mempengaruhi keputusan pembelian pada Toko Sekolah, hal ini disebabkan perilaku pasca pembelian atau informasi dari teman. Pada indikator kesesuaian harga alat tulis kantor menentukan keputusan pembelian memperoleh nilai 3,38 dengan kategori cukup baik. Hal ini dikarenakan beberapa harga alat tulis kantor lebih tinggi dibandingkan harga diluar seperti buku tulis, dimana buku tulis yang digunakan wajib buku tulis memiliki ciri khas berlogo Sultan Agung. Pada indikator terakhir merek alat tulis kantor menentukan keputusan pembelian memperoleh nilai 3,84 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan merek alat tulis kantor yang banyak diminati walaupun dijual dengan harga yang lebih tinggi siswa/i merasa puas dan rela membeli.

Untuk dimensi terakhir perilaku pasca pembelian pada indikator keinginan untuk membeli kembali alat tulis kantor memperoleh nilai 3,35 dengan kategori cukup baik, hal ini disebabkan beberapa kualitas alat tulis kantor kurang baik dan merek alat tulis kantor yang diinginkan tidak tersedia. Pada indikator kepuasan dalam menggunakan alat tulis kantor yang disediakan memperoleh nilai 3,32 dengan kategori cukup baik, hal ini dikarenakan siswa/i merasa kurang puas terhadap hasil penggunaan alat tulis kantor beberapa merek tertentu baik dari segi kualitas maupun manfaat yang didapat. Pada indikator tingkat rekomendasi alat tulis kantor kepada teman memperoleh nilai 3,62 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan siswa/i setelah menggunakan alat tulis kantor siswa/i merasa puas dalam masa pemakaian sehingga siswa/i memiliki menggunakan kembali produk tersebut dan merekomendasi temannya untuk membeli.

Dari total jawaban responden mengenai keputusan pembelian baik dari pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian mendapat nilai rata-rata sebesar 3,64 dengan kriteria baik. Nilai rata-rata tertinggi sebesar 3,96 dengan kriteria baik untuk dimensi keputusan pembelian pada indikator kualitas alat tulis kantor menentukan pembelian. Nilai rata-rata terendah sebesar 3,32 dengan kriteria cukup baik untuk dimensi perilaku pasca pembelian dengan indikator kepuasan dalam menggunakan alat tulis kantor yang dijual.

## b. Deskriptif Kuantitatif

### 1) Regresi Linear Berganda

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis pengaruh penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y), dimana X adalah penetapan harga, perilaku konsumen, dan Y adalah keputusan pembelian. Maka dilakukan perhitungan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21 dengan hasil hitung regresi sebagai berikut:

**Tabel 2**  
**Hasil Regresi Linier Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	7,348	3,528	
1 Penetapan Harga	,483	,102	,349
Perilaku Konsumen	,753	,116	,480

a. *Dependent Variable:* Keputusan Pembelian  
Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 21 (2017)

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 2 di atas, diperoleh model persamaan  $= 7,348 + 0,483X_1 + 0,753X_2$ , artinya terdapat pengaruh yang positif antara penetapan harga dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.

## 2) Korelasi dan Koefisien Determinasi

Hasil koefisien korelasi dan koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3**  
**Hasil Korelasi dan Koefisien Determinasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,761	,579	,573	4,567

a. *Predictors: (Constant)*, Penetapan Harga, Perilaku Konsumen

b. *Dependent Variabel:* Keputusan Pembelian

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 21 (2017)

Berdasarkan tabel 3 diperoleh nilai  $r = 0,761$ , yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara penetapan harga dan perilaku konsumen dengan keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) = 0,579, artinya tinggi rendahnya keputusan pembelian konsumen sebesar 57,9% dapat dijelaskan oleh penetapan harga dan Perilaku konsumen, sedangkan sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi oleh faktor lain seperti seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

## 3) Uji Hipotesis

### a) Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan secara simultan yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel penetapan harga dan perilaku konsumen yang diuji berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau signifikansi 0,05, maka  $H_0$  ditolak.

Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21.

**Tabel 4**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	4096,378	2	2048,18	98,201	,000 <sup>b</sup>
Residual	2982,581	143	20,857		
Total	7078,959	145			

a. *Dependent Variabel:* Keputusan Pembelian

b. *Predictors: (Constant)*, Perilaku Konsumen, Penetapan Harga

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 21 (2017)

Berdasarkan tabel 4 di atas, diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 98,201 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan (0,05 ; 2 vs 143) sebesar 3,06 atau dengan taraf signifikansi 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya penetapan harga dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.

### b) Uji Parsial (Uji t)

Pengujian ini dilakukan secara parsial yaitu dilakukan untuk menentukan diterima atau ditolaknya hipotesis, pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah variabel penetapan harga dan perilaku konsumen yang diuji berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau signifikansi 0,05, maka  $H_0$ .

Untuk menguji kebenarannya maka dilakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 21.

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Parsial (Uji t)**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	t	Sig.
(Constant)	2,083	,039
1 Penetapan Harga	4,724	,000
Perilaku Konsumen	6,508	,000

a. *Dependent Variabel:* Keputusan Pembelian

Sumber: hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 21 (2017)

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat pada variabel penetapan harga ( $X_1$ ) di peroleh  $t_{hitung}$  sebesar 4,724 dengan  $df = n-k-1$  (146-2-1) pada tingkat kepercayaan 95% sebesar 1,976, atau dengan taraf signifikansi 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.

Variabel perilaku konsumen ( $X_2$ ) di peroleh  $t_{hitung}$  sebesar 6,508 dengan  $df = n-k-1$  (146-2-1) pada tingkat kepercayaan 95% adalah sebesar 1,976, atau dengan taraf signifikansi 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.

## 2. Evaluasi

### a. Penetapan Harga pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung

Dalam dimensi keterjangkauan harga pada indikator harga alat tulis kantor yang ditawarkan mendapat nilai 3,72 dengan kategori baik, hal ini dapat diperbaiki dengan menerapkan sistem potongan harga seperti grosir. Harga yang ditawarkan akan lebih murah apabila konsumen membeli dalam jumlah besar

dibandingkan membeli dalam jumlah sedikit. Pada indikator kesesuaian harga alat tulis kantor dengan kondisi keuangan anda diperoleh nilai 3,54 dengan kategori baik, hal ini dapat diatasi dengan memperbanyak persediaan produk alat tulis dengan kualitas yang baik dan harga yang sesuai dengan kondisi keuangan siswa/i. Pada indikator keterjangkauan harga alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,53 dengan kategori baik, hal ini dapat diatasi dengan menambah alat tulis kantor dengan harga yang berbeda, sehingga siswa/i memiliki lebih banyak pilihan harga sesuai dengan daya beli (keuangan) mereka.

Pada dimensi daya saing harga indikator persaingan harga dengan toko lain memperoleh nilai 3,36 dengan kategori cukup baik. Hal ini dapat diatasi dengan membeli alat tulis kantor dari supplier yang menawarkan harga yang lebih murah sehingga alat tulis kantor yang dijual lebih murah dari harga yang dijual oleh pesaing. Pada indikator kemudahan membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,76 dengan kategori baik, hal ini dapat diperbaiki dengan cara menambah sistem antrian atau mengubah sistem beli di Toko Sekolah seperti di siswa/i bebas mengambil barang yang diinginkan dan membayar di kasir.

Pada dimensi kesesuaian harga dengan manfaat, indikator keinginan dalam membeli alat tulis kantor di Toko Sekolah memperoleh nilai 3,75 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan menjual merek produk yang diminati siswa, seperti siswa lebih suka menggunakan pulpen merek Kenko, maka Toko Sekolah dapat menyediakan merek tersebut.

#### **b. Perilaku Konsumen pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung**

Pada dimensi faktor budaya indikator tingkat perkembangan alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,68 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara lebih meningkatkan alat tulis kantor yang dijual seperti dalam hal update produk yang terbaru.

Pada dimensi sosial indikator kondisi lingkungan menentukan pembelian alat tulis kantor memperoleh nilai 3,66 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dari sisi kualitas pelayanan seperti menerapkan sistem antrian sehingga siswa/i merasa puas dan teratur. Pada indikator kondisi teman dalam menentukan pembelian memperoleh nilai 3,39 dengan kategori cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan kualitas alat tulis kantor dan kepuasan sehingga teman akan memberikan masukan positif terhadap alat tulis kantor yang dijual. Pada indikator status sosial dalam menentukan pembelian alat tulis kantor memperoleh nilai 3,63 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan menjual alat tulis kantor yang mampu dirasakan oleh siswa/i dari golongan menengah ke atas dan menengah

kebawah dengan kualitas dan manfaat alat tulis kantor yang sama.

Pada dimensi pribadi, indikator kesesuaian alat tulis kantor dengan gaya hidup memperoleh nilai 3,68 dengan kategori baik, hal ini dapat diperbaiki dengan lebih meningkatkan perkembangan alat tulis kantor yang baru sehingga meningkatkan kesesuaian dengan gaya hidup alat tulis kantor yang dibeli.

#### **c. Keputusan Pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung**

Pada dimensi pengenalan masalah, indikator minat atas alat tulis kantor yang dijual memperoleh nilai 3,53 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan meningkatkan faktor-faktor seperti kualitas, kemudahan dan pelayanan di Toko Sekolah sehingga meningkatkan minat siswa/i.

Pada dimensi pencarian informasi, indikator rekomendasi teman dalam menentukan pembelian memperoleh nilai 3,56 dengan kategori baik, hal ini dapat diatasi dengan memperbanyak pilihan dan berbagai jenis alat tulis kantor sehingga adanya pilihan dan rekomendasi dari teman produk alat tulis kantor yang baik.

Pada dimensi evaluasi alternatif, indikator kesesuaian pendapatan dalam membeli alat tulis kantor memperoleh nilai 3,62 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan harga yang ditetapkan disesuaikan dengan tingkat pendapatan siswa/i sehingga mereka mampu membeli yang diinginkannya.

Pada dimensi keputusan pembelian, indikator kesesuaian harga alat tulis kantor menentukan keputusan pembelian memperoleh nilai 3,38 dengan kategori cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan lebih memperhatikan penentuan harga yang ditetapkan terutama dalam pembelian jumlah besar.

Pada dimensi perilaku pasca pembelian, indikator keinginan membeli kembali alat tulis kantor memperoleh nilai 3,35 dengan kategori cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan cara menjual alat tulis yang diinginkan siswa/i atau dari segi kesesuaian harga dengan kualitas sehingga meningkatkan keinginan siswa/i untuk membeli kembali. Pada indikator kepuasan dalam menggunakan alat tulis kantor memperoleh nilai 3,32 dengan kategori cukup baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan memperbanyak variasi alat tulis kantor sehingga siswa/i mempunyai pilihan baik dari segi harga maupun kualitas alat tulis kantornya, memberikan potongan harga, dan mengurangi produk alat tulis kantor yang harga murah tapi kualitasnya kurang baik. Pada indikator tingkat rekomendasi atas alat tulis kantor yang dijual kepada teman lain memperoleh nilai 3,62 dengan kategori baik, hal ini dapat ditingkatkan dengan mengurangi penjualan alat tulis kantor

dengan harga yang rendah namun kualitas produk kurang baik.

## D. KESIMPULAN DAN SARAN

### 1. Kesimpulan

- a. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang penetapan harga berdasarkan dimensi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat memiliki nilai rata-rata 3,81 dengan kategori baik. Hasil rata-rata tersebut diperoleh nilai rata-rata tertinggi 4,16 dengan kategori baik, hal ini dikarenakan kondisi alat tulis kantor yang dijual berada dalam kondisi yang masih baik dan tidak cacat. Nilai rata-rata terendah 3,36 pada dimensi daya saing harga dalam indikator persaingan harga alat tulis kantor dengan toko lain.
- b. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang perilaku konsumen berdasarkan dimensi faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi memiliki nilai rata-rata 3,72 dengan kategori baik. Dari rata-rata tersebut diperoleh nilai rata-rata tertinggi 4,00 pada dimensi faktor pribadi dalam indikator manfaat yang diberikan alat tulis kantor. Nilai rata-rata terendah 3,39 pada dimensi faktor sosial dalam indikator kondisi teman dalam menentukan pembelian alat tulis kantor.
- c. Hasil analisis deskriptif kualitatif tentang keputusan pembelian berdasarkan dimensi pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian memiliki nilai rata-rata 3,64 dengan kategori baik. Dari rata-rata tersebut diperoleh nilai rata-rata tertinggi 3,96 pada dimensi keputusan pembelian dalam indikator kualitas alat tulis kantor menentukan keputusan pembelian. Nilai rata-rata terendah 3,32 pada dimensi perilaku pasca pembelian dalam indikator kepuasan dalam menggunakan alat tulis kantor yang dijual.
- d. Hasil analisis regresi linear berganda yang dihitung melalui program SPSS versi 21 sebagai berikut  $= 7,348 + 0,483X_1 + 0,753X_2$ , yang artinya terdapat pengaruh yang positif antara variabel penetapan harga ( $X_1$ ) dan perilaku konsumen ( $X_2$ ) terhadap variabel keputusan pembelian ( $Y$ ) pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.
- e. Hasil analisis korelasi diperoleh  $r = 0,761$ , yang artinya terdapat hubungan yang kuat dan positif antara penetapan harga dan perilaku konsumen dengan keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Kemudian diperoleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0,579, yang artinya tinggi rendahnya keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung sebesar 57,9% dapat dijelaskan oleh

penetapan harga dan perilaku konsumen sisanya sebesar 42,1% dipengaruhi faktor lain seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen dan sebagainya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

- f. Hasil uji simultan diperoleh nilai  $F_{hitung}$  sebesar 98,201 sedangkan  $F_{tabel}$  dengan (0,05 ; 2 vs (146-2-1)) sebesar 3,06 atau dengan taraf signifikan 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, yang artinya penetapan harga dan perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.
- g. Pada hasil uji t secara parsial nilai  $t_{hitung}$  dapat dilihat dari variabel penetapan harga ( $X_1$ ) yang diperoleh sebesar 4,724. Pada  $df = n-k-1$  (146-2-1) tingkat kepercayaan 95% nilai yang diperoleh sebesar 1,976, atau dengan taraf signifikan 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung. Nilai  $t_{hitung}$  pada variabel perilaku konsumen ( $X_2$ ) diperoleh sebesar 6,508 dengan  $df = n-k-1$  (146-2-1) pada tingkat kepercayaan 95% adalah sebesar 1,976 atau dengan taraf signifikan 0,000 0,05, maka  $H_0$  ditolak, artinya perilaku konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung.

### 2. Saran

- a. Untuk meningkatkan penetapan harga pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung dapat dilakukan dengan membeli alat tulis kantor dari *supplier* yang menawarkan harga yang lebih murah sehingga alat tulis kantor yang dijual lebih murah dari harga yang dijual oleh pesaing.
- b. Untuk meningkatkan perilaku konsumen pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung maka perlu ditingkatkan kualitas alat tulis kantor dan kepuasan sehingga teman akan memberikan masukan positif terhadap alat tulis kantor yang dijual.
- c. Untuk meningkatkan keputusan pembelian pada Toko Sekolah Yayasan Perguruan Sultan Agung maka perlu diperhatikan hal-hal yang perlu ditingkatkan pada penetapan harga dan perilaku konsumen seperti memperbanyak variasi alat tulis kantor sehingga siswa/i mempunyai pilihan baik dari segi harga maupun kualitas alat tulis kantornya, memberikan potongan harga, dan mengurangi produk alat tulis kantor yang harga murah tetapi kualitasnya kurang baik.

#### E. DAFTAR PUSTAKA

- Boyd, Harper W; Orville C. Walker dan Jean Claude Larreche. 2000. **Manajemen Pemasaran**. Edisi kedua. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Ketiga Belas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Edisi ke Duabelas. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- ..... 2008. **Prinsip-prinsip Pemasaran**. Edisi ke Duabelas. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Mowen, John C dan Michael Minor. 2002. **Perilaku Konsumen**. Edisi Kelima. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- ..... 2002. **Perilaku Konsumen**. Edisi Kelima. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman, G Leon dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. **Perilaku Konsumen**. Edisi Ketujuh. Cetakan Kedua. Jakarta: PT Indeks.
- Setiadi, Nugroho J. 2008. **Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran**. Edisi Pertama. Cetakan Ketiga. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandi. 2015. **Strategi Pemasaran**. Edisi Keempat. Yogyakarta: Andi.