

PENGARUH HARGA DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (MINIMARKET INDOMARET WILAYAH SUMBAWA BESAR)

Edwin Baskara, Yandri Sudodo¹, Muhammad Nur Fietroh²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Teknologi Sumbawa

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis apakah faktor harga (X1) dan pelayanan (X2) memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) di Minimarket Indomaret, serta untuk mengetahui variabel harga dan variabel pelayanan mana yang paling berpengaruh. Hasil analisis dengan menggunakan SPSS (Statistical Program and Services Solition) versi 23 menunjukkan bahwa dari hasil koefisien regresi $Y = 3,408 + 0,418 X_1 + 0,421 X_2$ menunjukkan variabel harga ($X_1=0.418$), dan pelayanan ($X_2=0.421$). Nilai R Square (Koefisien Determinasi) sebesar 0,413. Hasil uji simultan (Uji F) menunjukkan bahwa secara bersama-sama variabel harga dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mini Market Indomaret di Sumbawa Besar. Hasil uji parsial (Uji T) menunjukkan bahwa dari kedua variabel X yakni harga dan pelayanan yang paling berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian adalah pelayanan. Saran bagi pihak Indomaret cabang Sumbawa Besar adalah terus meningkatkan dan mempertahankan strategi harga dan pelayanan karena variabel ini mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian di Sumbawa Besar sebanyak 41.3 %.

Kata Kunci : Harga, Pelayanan, Keputusan Pembelian

Pendahuluan

Harga merupakan salah satu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sangatlah penting karena dengan tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan dapat menjadi tolak ukur akan permintaan suatu produk. Penetapan harga yang salah dalam suatu produk dapat mengakibatkan jumlah penjualan pada suatu produk tidak dapat maksimal yang mengakibatkan penjualan menurun dan pangsa pasarnya berkurang. Oleh sebab itu perusahaan harus dapat menentukan harga,serta harus dapat menentukan harga penjualan sesuai dengan pangsa pasar yang dituju agar penjualan produk dan pangsa pasar meningkat.

Pelayanan juga merupakan suatu faktor konsumen untuk menentukan keputusan pembelian. Dimana pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian sangatlah penting karena pada dasarnya pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian dari konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diberikan perusahaan atau karyawan kepada konsumen, pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen, turut berperan dalam mempengaruhi keputusan pembelian di suatu toko atau minimarket.

Ketika perusahaan mampu menangkap dan mengartikan apa yang diinginkan oleh seorang pelanggan, otomatis akan membuat para manajer gerai untuk meningkatkan kualitas mereka, baik dari segi peningkatan pelayanannya bahkan peningkatan kualitas dari segi harga, yakni *even* potongan harga. Dengan harapan agar para pelanggannya tidak berpindah ke pesaing.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Minimarket Indomaret di Wilayah Sumbawa Besar)”

Berdasarkan uraian tersebut maka dapat dirumuskan tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Indomaret.
2. Untuk mengetahui pengaruh pelayanan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Indomaret.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga dan pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Indomaret.

Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan atau menghubungkan dengan variabel yang lain Sugiyono (2003:11). Menurut Sugiyono, (2003:14) Penelitian Kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkarkan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang bersumber dari penyebaran kuisioner terhadap konsumen yang bertransaksi di minimarket indomaret untuk mengetahui penilaian 2 faktor bersaing (harga dan kualitas pelayanan) yang menimbulkan keputusan pembelian pada konsumen. Data primer yang dikumpulkan meliputi; tanggapan konsumen tentang harga dan pelayanan di gerai – gerai indomaret.

Kemudian teknik analisa data yang digunakan yaitu observasi, kuisioner, wawancara dan studi pustaka:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengadakan pengamatan – pengamatan secara langsung seksama pada pelaksanaan perasi perusahaan atau instansi (Lesut, 2015:47). Berdasarkan keterlibatan dan penelitian yang dilakukan, peneliti menggunakan jenis observasi tak berstruktur yang merupakan observasi dimana pengamat atau peneliti melaksanakan pengamatan dengan bebas.

b. Kuisioner

Merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono:2004). Kuisioner yang telah dibuat peneliti kemudian disebar di kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan tahun 2015.

c. Wawancara

Pengumpulan data yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara langsung dengan responden secara sistematis sesuai tujuan penelitian. Selain itu juga dapat dilaksanakan dengan metode

wawancara langsung (*interview*) kepada pihak yang berkepentingan di perusahaan yang bertujuan untuk mengetahui gambaran umum perusahaan, strategi perusahaan dan lain sebagainya.

d. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan dengan mempelajari dan mengambil data dari literatur terkait dan sumber-sumber lain yang dianggap dapat memberikan informasi mengenai penelitian ini.

Hasil dan Pembahasan

Uji Kualitas Data

• Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} . Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil *output* (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan r_{tabel} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r_{hitung} lebih kecil dari pada r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2009:45). Untuk mendapatkan data primer, penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada responden pada sebanyak 70 responden. Sebelum kuesioner disebar kepada 70 responden, penulis melakukan *try out* kepada 30 responden dengan memberikan 17 butir pertanyaan. Berikut ini adalah hasil *try out* yang diberikan kepada 30 responden dengan 17 butir pertanyaan yang dibagi menjadi 3 variabel utama yaitu Harga, Pelayanan dan Keputusan Pembelian. Berikut ini adalah hasil perhitungan validitas, yaitu :

$R_{hitung} > R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5% = valid

$R_{hitung} < R_{tabel}$ pada nilai signifikansi 5% = tidak valid

Tabel 4.1 Uji validitas angket pada variabel harga (X1)

No item	R_{hitung}	R_{tabel} 5% (30)	Keterangan
1	0.644	0.361	Valid
2	0.583	0.361	Valid
3	0.716	0.361	Valid
4	0.527	0.361	Valid
5	0.703	0.361	Valid

Sumber: Data diolah

Tabel 4.2 Uji validitas angket pada variabel Pelayanan (X2)

No item	R_{hitung}	R_{tabel} 5% (30)	Keterangan
1	0.743	0.361	Valid
2	0.819	0.361	Valid
3	0.809	0.361	Valid
4	0.717	0.361	Valid
5	0.792	0.361	Valid
6	0.495	0.361	Valid

Sumber: Data diolah

Tabel 4.3 Uji validitas angket pada variabel Keputusan Pembelian (Y)

No item	R_{hitung}	R_{tabel} 5% (30)	Keterangan
1	0.609	0.361	Valid
2	0.601	0.361	Valid
3	0.711	0.361	Valid
4	0.847	0.361	Valid
5	0.740	0.361	Valid

dalam rangka analisis data adalah analisis statistik berupa uji normalitas. Menurut Ghazali (2009:147) uji normalitas bertujuan apakah dalam model regresi variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) mempunyai kontribusi atau tidak. Terdapat dua cara untuk mendeteksi apakah residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik (uji Kolmogorov – smirnov), adapun penjelasan mengenai uji normalitas data adalah sebagai berikut :

- **Uji Reliabilitas**

Setelah menentukan validitas instrumen penelitian, tahap selanjutnya adalah mengukur reliabilitas data dan instrumen penelitian. Uji ini mengukur ketepatan alat ukur. Suatu alat ukur disebut memiliki reliabilitas yang tinggi jika alat ukur yang digunakan stabil. Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini untuk menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam penelitian melalui nilai alpha cronbach karena menggunakan jenis data likert/essay. Teknik ini dapat menafsirkan korelasi antara skala diukur dengan semua variabel yang ada (Husein Umar, 2010:2007). Dalam pengujian reliabilitas ini, peneliti menggunakan metode statistik Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan sebesar 0,5 dimana jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel lebih besar dari 0,5 maka butir pertanyaan yang diajukan dalam pengukuran instrumen tersebut memiliki reliabilitas yang memadai. Sebaliknya, jika nilai Cronbach Alpha dari suatu variabel lebih kecil dari 0,5 maka butir pertanyaan tersebut tidak reliabel (Ghozali, 2009:42). Pendapat lain menurut Bhuno, (2005:72) uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai cronbach's alpha dengan kriteria Jika nilai Cronbach's Alpha > 0,5 maka suatu instrumen dikatakan reliabel dan jika nilai Cronbach's Alpha < 0,5 maka suatu instrumen dikatakan tidak reliabel. Adapun hasil dari uji reliabilitas dapat dilihat pada table berikut :

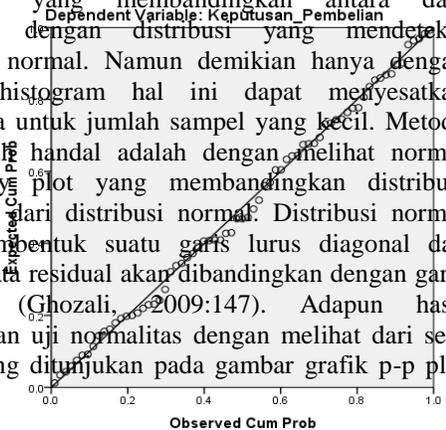
Tabel 4.4 Uji Reliabilitas

variabel	Kronbach's Alpha	Keterangan
X1	0.821	Reliabel
X2	0.361	Reliabel
Y	0.806	Reliabel

Sumber: Data diolah

- a. Hasil Uji Normalitas Data Secara Grafik

Salah satu cara termudah untuk melihat normalitas residual adalah dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Namun demikian hanya dengan melihat histogram hal ini dapat menyesatkan khususnya untuk jumlah sampel yang kecil. Metode yang lebih handal adalah dengan melihat normal probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk suatu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal (Ghozali, 2009:147). Adapun hasil perhitungan uji normalitas dengan melihat dari segi grafik yang ditunjukkan pada gambar grafik p-p plot berikut :



Pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak dipakai karena asumsi normalitas (Ghozali 2009:112).

Uji Asumsi Klasik

- **Pengujian Normalitas Data**

Data-data bertipe skala sebagai pada umumnya mengikuti asumsi distribusi normal. Namun, tidak mustahil suatu data tidak mengikuti asumsi normalitas. Untuk mengetahui kepastian sebaran data yang diperoleh harus dilakukan uji normalitas terhadap data yang bersangkutan. Dengan demikian, analisis statistika yang pertama harus digunakan

- **Uji Multikolinearitas**

Pengujian multikolonieritas dilakukan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen. Untuk mendeteksi

adanya problem multikol, maka dapat dilakukan dengan melihat nilai Tolerance dan *Variance Inflation Factor* (VIF) serta besaran korelasi antar variabel independen

Dari grafik scatterplot yang ada pada gambar diatas dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak, serta tersebar baik di atas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. (Ghozali 2009:107).

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Tabel di atas menjelaskan bahwa data yang ada tidak terjadi gejala multikolinearitas antara masing-masing variabel independen yaitu dengan melihat nilai VIF. Nilai VIF yang diperbolehkan hanya mencapai 10 maka data di atas dapat dipastikan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Karena data di atas menunjukkan bahwa nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10 keadaan seperti itu membuktikan tidak terjadinya multikolinearitas.

Tabel 4.5 Hasil Uji Multikolinearitas
Analisis Regresi Linier Berganda
Hasil Uji Persamaan Regresi Linier Berganda
Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen, adapun hasil uji regresi linier berganda bisa dilihat pada table berikut :

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Tolerance	VIF		
1	(Constant)	2.482		.174			
	Harga	.418	.118	.354	.851	1.175	

• **Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variansi dari residual satu pengamatan yang lain. Heteroskedastisitas menunjukkan bahwa variasivariabel tidak sama untuk semua pengamatan. Pada heterokedastisitas kesalahan yang terjadi tidak secara acak tetapi menunjukkan hubungan yang sistematis sesuai dengan besarnya satu atau lebih variabel. Berdasarkan hasil pengolahan data, maka hasil Scatterplot dapat dilihat pada gambar di bawah ini :

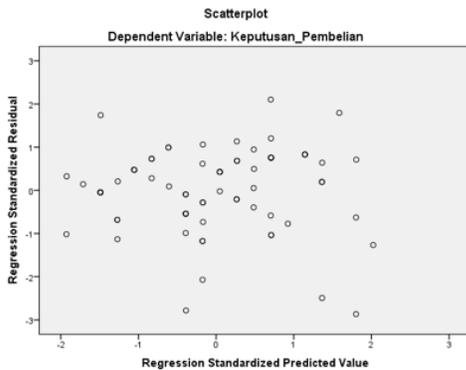
Berdasarkan hasil yang telah diperoleh dari koefisien regresi di atas, maka dapat dibuat suatu persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 3,408 + 0,418 X_1 + 0,421 X_2$$

Dari persamaan diatas dikatakan bahwa variabel X_1 mempunyai pengaruh sebesar 0,418 terhadap variabel Y, dan variabel X_2 mempunyai pengaruh sebesar 0,421 terhadap variabel Y. Setiap kenaikan nilai variabel X_1 sebesar 0.418 maka mempunyai pengaruh sebanyak 1% terhadap variabel Y. begitu pula pada variabel X_2 , setiap kenaikan sebanyak 0,421 maka akan mempengaruhi variabel Y sebanyak 1%..

• **Hasil Uji Determinasi (Adjusted R₂)**

Menurut Ghazali (2009:87) untuk menentukan seberapa besar variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen, maka perlu diketahui nilai koefisien determinasi (Adjusted R-Square). Adapun hasil uji determinasi Adjusted R₂ dapat dilihat pada table berikut.



Tabel 4.7 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.656 ^a	.430	.413	2.23372	2.247

Sumber : Data diolah

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga
b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Data diolah

dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2009:88).

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Adjusted R Square sebesar 0,413 (41,3%), ini menunjukkan bahwa dengan menggunakan model regresi yang didapatkan dimana variabel independen yaitu Harga dan Pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 41,3%. Sedangkan sisanya 58,7% dijelaskan dengan faktor atau variabel lain yang tidak diketahui dan tidak termasuk dalam analisis regresi ini seperti promosi, saluran distribusi dll.

Pengujian Hipotesis

• **Hasil Uji F (Pengujian Secara Simultan)**

Pengujian ini bertujuan untuk membuktikan apakah variabel – variabel independen secara simultan (bersama-sama) mempunyai pengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2009:88). Hasil uji statistik F dapat dilihat di bawah ini :

Kriteria Pengujian :

- a. Jika nilai sig < 0,05 atau $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y
- b. Jika nilai sig > 0,05 atau $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y

Dari table uji F pada halaman sebelumnya dapat dilihat bahwa nilai signifikansi adalah 0.00 kurang dari 0.05 dan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yakni $25.311 > 313$. maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

• **Hasil Uji t (Pengujian Secara Parsial)**

Uji t menunjukkan ada atau tidaknya pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen dan digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel

Tabel 4.9 Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.408	2.482		
				1.373	.174

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa pengaruh citra merek, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian menunjukkan pengaruh yang signifikan. Berikut ini adalah penjelasan mengenai pengaruh antar variabel independen terhadap keputusan pembelian:

a. **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Diketahui nilai sig. untuk pengaruh harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $3.543 > 1.996$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti harga (X_1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y.

Tabel 4.8 Hasil Uji F (Simultan)

b. **Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian**

Model	Regression	Residual	Total	Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1				1260.311	67	18.821	4.323	.044
				334.297	67	4.990		
				468.607	134	3.460		

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
 - b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Harga
- Sumber: Dan diolah

Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian, maka penulis dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- 1. Diketahui nilai sig. untuk pengaruh harga (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0.001 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $3.543 > 1.996$,

sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima, yang berarti harga (X_1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y. dan dapat dilihat dari hasil pengisian kuisisioner bahwa responden sebanyak 44 orang (62,%) menyatakan bahwa mereka setuju (memberikan poin 4) pada pernyataan nomor 4 bahwa Faktor harga menjadi salah satu pertimbangan dalam bertransaksi di toko retail dan para responden sebanyak 46 orang (65,7%) juga menyatakan mereka setuju pada pernyataan nomor 5 bahwa Harga tiap produk yang dijual di Indomaret memiliki persaingan harga dengan harga jual produk yang sama yang dijual pesaing.

2. Nilai sig. untuk pengaruh Pelayanan (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar $0.000 < 0.05$ dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yakni $4.323 > 1.996$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_2 diterima, yang berarti Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap variabel Y. dan menurut hasil kuisisioner sebanyak 42 reponden (60%) menyatakan bahwa mereka setuju dengan pernyataan nomor 9 bahwa pelayan/kasir indomaret memberikan perhatian yang baik kepada pelanggan dan sebanyak 39 responden (55.7%) juga setuju dengan pernyataan nomor 11 bahwa Minimarket Indomaret menawarkan kebutuhan apa saja yang diperlukan dan dibutuhkan oleh pelanggan.
3. Nilai F_{hitung} diperoleh sebesar $25.311 > F_{tabel}$ sebesar 3,13 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$. Karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka H_a diterima, sehingga dapat dikatakan bahwa Harga dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian berpengaruh secara simultan (bersama-sama).

Saran

Berdasarkan analisa data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka saran yang dapat disampaikan:

1. Bagi perusahaan
 - a. Agar melakukan peningkatan dari segi harga yang lebih kompetitif dan kualitas pelayanan yang lebih baik dengan melakukan riset keinginan dari konsumen

dan melakukan penelitian yang lebih akurat lagi.

- b. Melakukan riset keputusan pembelian lebih lanjut, karena masih ada faktor-faktor lain yang belum dapat dijelaskan dalam penelitian ini.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
 - a. Bagi pihak yang ingin melakukan penelitian yang sejenis, disarankan untuk meneliti variabel-variabel lain selain harga dan pelayanan. Karena dari penelitian ini diketahui 58,7% masih ada faktor – faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.
 - b. Lebih teliti lagi dalam penentuan teori dan pembuatan kuesioner, agar lebih baik lagi dalam hasil penelitian
 - c. Untuk memperkuat hasil penelitian serupa dianjurkan menambah sampel dan menjelaskan proses pengisian kuesioner dan mendampingi responden ketika mengisi kuesioner tersebut

Daftar Pustaka

- Alma Buchari. 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa
- Bhuono, Agung Nugroho, “Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian dengan SPSS”, Penerbit Andi, Yogyakarta, 2005.
- Daud Denny. 2013 Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan pada PT. Bess Finance Manado. Volume 1 Nomor 4.
- Firdaus Muhammad . 2009 Fungsi Pemasaran dan Pengertian Pemasaran
- Ghozali, Imam.”Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS”, Badan Penerbit Universitas Dipenogoro, Semarang, 2009
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2009 Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 1
- Kotler Philip dan Keller Kevin Lane. 2009 Manajemen Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2
- Lesut, 2015 Analisis biaya produksi dalam rangka penentuan harga jual makanan Ragey Poppy di Tomohon. *EMBA*, 47

Levy, Michael dan Weitz Barton A. *“Retailing Manajemen”*, U.s: Irwin McGraw-Hill, Lumpkin, 1998.

Purwanto, “Metodologi Penelitian Kuantitatif untuk Psikologi dan Pendidikan”, Pustaka Pelajar, Yogyakarta, 2008

Santoso, Singgih, “Mastering SPSS Versi 19”, Elex Media Komputindo, Jakarta, 2011.

Simamora, Henry. 2000. Akuntansi Basis Pengambilan Keputusan Bisnis, Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. 2003, Metode Penelitian Bisnis. Bandung. Pusat Bahasa Depdiknas

Sugiyono. 2013, Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D

Sugiyono. 2008. Statistik Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta

Tjiptono, Fandy. Strategi Pemasaran Cetakan Ketiga, Yogyakarta: Andi Offset, 2011.

Umar, Husein, “Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen”, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.

Pelayanan Perizinan Terpadu Kabupaten Sumbawa