

**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JIMS HONEY
(Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)**

SKRIPSI

Untuk memenuhi sebagian Persyaratan memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Jurusan Manajemen

**Peminatan :
Manajemen Pemasaran**



Diajukan Oleh :

SIWI YUNITASARI

NIM : 1821100024

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS WIDYA DHARMA KLATEN
JUNI 2022**

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JIMS HONEY

(Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)

Diajukan Oleh :

SIWI YUNITASARI

NIM : 1821100024

Telah disetujui pembimbing untuk dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten

Pada tanggal 08 Juni 2022

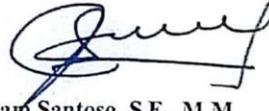
Pembimbing Utama



H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si.

NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



H. Imam Santoso, S.E., M.M.

NIK 690 490 190

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.

NIK 690 098 194

HALAMAN PENGESAHAN

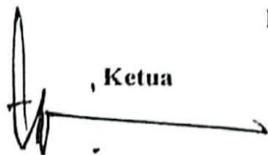
**PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK JIMS HONEY**
(Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)

Diajukan Oleh :
SIWI YUNITASARI
NIM : 1821100024

Telah dipertahankan di hadapan Dewan Penguji Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten dan diterima untuk memenuhi
sebagian persyaratan memperoleh gelar Sarjana Manajemen

Pada tanggal 16 Juni 2022

Ketua



Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.
NIK 690 208 290

Sekretaris



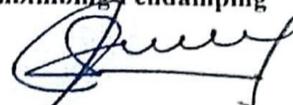
H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd.
NIK 690 098 194

Pembimbing Utama



H. Arif Julianto, S.N., S.E., M.Si.
NIK 690 301 250

Pembimbing Pendamping



H. Iman Santoso, S.E., M.M.
NIK 690 490 190



Disahkan Oleh :
Dekan, Fakultas Ekonomi

Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc.
NIK 690 208 290

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : SIWI YUNITASARI

NIM : 1821100024

Program Studi : MANAJEMEN

Fakultas : EKONOMI

Dengan ini menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi

Judul : PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JIMS HONEY (Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)

Adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas plagiat. Hal-hal yang bukan merupakan karya saya dalam skripsi ini telah diberi tanda sitas dan ditunjukkan dalam daftar pustaka. Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan ijazah dan pencabutan gelar sarjana yang saya peroleh dari skripsi ini.

Klaten, 14 Juni 2022
Yang membuat pernyataan,



(Siwi Yunitasari)

MOTTO

It's okay to not be okay

Hanya tidak baik untuk tetap seperti ini. Satu hal yang aku tahu tentang emosi adalah bahwa mereka berubah. Kamu punya alasan untuk hidup.

Bangkit !

Masa depan lebih cerah dari masa lalumu.

Bangkit !

Yang terakhirmu lebih hebat dari yang sebelumnya.

Bangkit !

Karena yang terbaik masih akan datang.

-Rich Wilkerson

“Maybe I made a mistake yesterday, but yesterday I am I. Today who I am with all my failures and mistakes, Tomorrow I could be a little wiser and it will be me too.

These failures and mistakes are what I am, forming the brightest stars in the constellation of my Life”

-Kim Namjoon (BTS)

“Pelajaran tersulit yang harus dipelajari anak muda di usia 20-an adalah kamu bukan karakter utama dalam cerita semua orang kamu adalah karakter utama dalam ceritamu sendiri tapi kamu adalah karakter sekunder, seperti kamu bukan karakter utama dalam cerita semua orang”

-Halsey

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT atas limpah dan rahmat, hidayah dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Sholat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi umat Islam. Semoga kita diistiqomahkan dalam menjalankan setiap Sunnah-sunnah beliau. Aamiin.

Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang-orang yang senantiasa mendukung, membantu dan mendoakan dalam proses meraih gelar Sarjana Manajemen, diantaranya:

1. Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW yang selalu memberikan kasih dan sayang serta petunjuk bagi hamba-Nya.
2. Orang tua saya, Bapak Jumedi dan Ibu Rahayuni yang selalu membuatku termotivasi dan selalu menyirami kasih sayang, selalu mendoakanku, selalu menasihati saya serta selalu meridhoiku melakukan hal yang lebih baik.
3. Kakak saya Linda Eka Margarita, Zainur Rosikin, Dedy Nugroho dan Rizky Endah Nastiti yang selalu memberikan semangat untuk menyelesaikan dan inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Keluarga besar saya yang selalu mendukung dan memberikan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Novan Muh Arifin yang selalu menemani, mengingatkan, membantu dan memberikan semangat setiap harinya dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Sahabat-sahabat saya Tutik, Silvia, Kholifah, Nia, Nissa, Suprih dan Nadia yang selalu memberikanku nasihat serta motivasi yang selalu membuatku semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Teman-teman saya Niken, Erviana, Fika dan Melita yang selalu membantuku dan selalu memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten angkatan 2018.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dan dukungannya dalam penyusunan skripsi ini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi Allah SWT atas segalalimpahan dan rahmat dan hidayahNya sehingga penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey (Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)”** dengan tepat waktu. Sholawat serta saran semoga tetap tercurah limpahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang menjadi suri tauladan bagi semua umat, yang kita nantikan syafa'atnya di hari kiamat kelak dan semoga kita diistiqomahkan menjalankan sunah-sunah beliau.

Skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian syarat-syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen di Universitas Widya Dharma Klaten. Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dan dorongan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Triyono, M.Pd, selaku Rektor Universitas Widya Dharma Klaten.
2. Dr. Sutrisno Badri, S.E., M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten.

3. H. Abdul Haris, S.E., M.M., M.Pd, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Dharma Klaten
4. H. Arif Julianto SN., S.E., M.Si, selaku pembimbing I yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. H. Imam Santoso, S.E., M.M, selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu serta dengan sabar dan ikhlas memberikan masukan, bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
6. Segenap dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi yang telah memberikan banyak ilmu dan pelayanan yang baik selama peneliti menempuh pendidikan di Universitas Widya Dharma Klaten.
7. Semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, Terima kasih.

Semoga Tuhan Yang Maha Esa membalas amal baik semua pihak yang dengan ikhlas memberikan bantuan dan bimbingannya. Penulis menyadari bahwa dengan kemampuan yang terbatas baik ilmu maupun pengalaman yang dimiliki, sudah barang tentu skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dari berbagai pihak.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis maupun peneliti lain guna menambah wawasan dan pengetahuan.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraktuh

Klaten, 08 Juni 2022

A handwritten signature in black ink, consisting of several vertical and diagonal strokes, enclosed within a roughly circular shape.

(Siwi Yunitasari)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAK	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Alasan Pemilihan Judul	5
1.3 Penegasan Judul	6
1.4 Pembatasan Masalah.....	7
1.5 Rumusan Masalah	9
1.6 Tujuan Penelitian.....	9
1.7 Manfaat Penelitian.....	10
1.8 Sistematika Penulisan	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Pemasaran	13
2.2 Potongan Harga (<i>Price Discount</i>)	20
2.3 Citra Merek (<i>Brand Image</i>).....	24
2.4 Kualitas Produk.....	30

2.5 Keputusan Pembelian	36
2.6 Penelitian Terdahulu	46
2.7 Kerangka Pemikiran	52
2.7 Hipotesis Penelitian	53
BAB III METODELOGI PENELITIAN	54
3.1 Desain Penelitian	54
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	55
3.3 Teknik Pengumpulan data.....	55
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	57
3.5 Sumber Data.....	57
3.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	58
3.7 Populasi dan Sampel.....	61
3.8 Teknik Analisis Data	63
3.9 Metode Analisis Data	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	71
4.2 Identifikasi Responden	80
4.3 Uji Instrumen Penelitian	94
4.4 Analisis Korelasi	99
4.5 Analisis Regresi Berganda.....	104
4.6 Uji Hipotesis.....	107
4.7 Pembahasan Dan Hasil Penelitian	111
BAB V PENUTUP	117
5.1 Kesimpulan	117
5.2 Saran	120
DAFTAR PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.123
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	46
Tabel 3.1 Skor Alternatif Jawaban Angket Keputusan Pembelian	56
Tabel 3.2 Definisi Operasional.....	59
Tabel 3.3 Tingkat Keeratan Korelasi.....	65
Tabel 4.1 Varian Produk Tas.....	74
Tabel 4.2 Varian Produk Dompot.....	75
Tabel 4.3 Varian Produk Jam Tangan	76
Tabel 4.4 Cabang Kemitraan.....	78
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	81
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	81
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	82
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	83
Tabel 4.9 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	84
Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Penelitian	86
Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Potongan Harga.....	86
Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Citra Merek.....	88
Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Kualitas Produk.....	90
Tabel 4.14 Deskripsi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	92
Tabel 4.15 Uji Validitas Potongan Harga.....	95
Tabel 4.16 Uji Validitas Citra Merek	96
Tabel 4.17 Uji Validitas Kualitas Produk.....	97
Tabel 4.18 Uji Validitas Keputusan Pembelian	97
Tabel 4.19 Hasil Uji Reliabilitas	98
Tabel 4.20 Hasil Uji Korelasi.....	100
Tabel 4.21 Pedoman Untuk Intrepretasi Koefisien Korelasi.....	103
Tabel 4.22 Uji Regresi Linier Berganda	104
Tabel 4.23 Uji Parsial (Uji t).....	108
Tabel 4.24 Uji Simultan (Uji F)	109
Tabel 4.25 Uji Koefisien Determinasi.....	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	52
Gambar 4.1 Logo Jims Honey.....	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	1 : Surat Izin Penelitian
Lampiran	2 : Surat Balasan Izin Penelitian
Lampiran	3 : Surat Permohonan Pengisian Kuesioner
Lampiran	4 : Kuesioner Penelitian
Lampiran	5 : Tabulasi Data
Lampiran	6 : Hasil Analisis Deskriptif Identitas Responden
Lampiran	7 : Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian
Lampiran	8 : Hasil Uji Validitas
Lampiran	9 : Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran	10 : Hasil Uji Korelasi dan Analisis Regresi Linier Berganda
Lampiran	11 : Hasil Uji t, Uji F Dan Uji Koefisien Determinasi
Lampiran	12 : Tabel Uji r
Lampiran	13 : Tabel Uji t
Lampiran	14 : Tabel Uji F
Lampiran	15 : Foto Penelitian

ABSTRAK

Siwi Yunitasari, NIM 1821100024. Skripsi. Program Study Manajemen. Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jims Honey (Study Kasus Pada Konsumen Jims Honey Di Kecamatan Trucuk Klaten)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh potongan harga, citra merek dan kualitas produk secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk Jims Honey dan juga untuk mengetahui manakah yang paling dominan memengaruhi keputusan pembelian pada produk Jims Honey. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen Jims Honey di Kecamatan Trucuk yaitu sebanyak 100 responden. Metode pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner *online* dan kuesioner langsung pada responden. Data yang diperoleh kemudian diolah dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 22. Analisis ini meliputi analisis deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji korelasi, uji regresi linier berganda, uji hipotesis, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa potongan harga, citra merek dan kualitas produk secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk Jims Honey pada konsumen Jims Honey di Kecamatan Trucuk. Variabel kualitas produk merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Variabel keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel potongan harga, citra merek dan kualitas produk sebesar 69,7% sedangkan sisanya sebesar 30,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Pengaruh Potongan Harga, Citra Merek, Kualitas Produk Dan Keputusan Pembelian.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan salah satu negara di dunia yang mempunyai jumlah populasi lumayan banyak, hal ini menjadikan negara Indonesia menjadi tempat yang berpotensi dalam memasarkan sebuah produk. Produk tersebut antara lain yaitu produk *fashion*. Persaingan antar produk-produk *fashion* yang semakin kompetitif dengan banyaknya jenis *fashion* dalam negeri maupun produk *fashion* dari luar negeri yang beredar cukup baik di Indonesia. Membanjirnya produk *fashion* di pasaran dapat mempengaruhi minat seseorang terhadap pembelian dan berdampak kepada keputusan pembelian. Pembelian suatu produk *fashion* bukan lagi untuk memenuhi keinginan (*wants*) saja, melainkan karena *fashion* merupakan sebuah kebutuhan (*needs*) pada saat ini.

Fashion merupakan produk yang mempunyai ciri-ciri khusus yang tepat dan mewakili style yang sedang tren dalam kurun waktu tertentu. Selain memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan mendasar akan penampilan dan sosial seseorang, seringkali *fashion* menjadi sarana bagi konsumen untuk memperjelas identitas dirinya secara sosial di kalangan masyarakat. Seiring perkembangan zaman *fashion* telah menjadi kebutuhan primer bagi sebagian masyarakat. Pada saat ini produk *fashion* di Indonesia sangat beraneka ragam salah satunya yaitu produk Jims Honey. Jims Honey merupakan salah satu merek *fashion* yang telah

bertahan selama beberapa tahun terakhir dan telah mendominasi pangsa pasar di Indonesia.

Jims Honey berdiri sejak tahun 2014. Jims Honey merupakan brand atau merek yang menjual berbagai macam produk seperti tas wanita, dompet wanita, kacamata, jam tangan dewasa untuk wanita dan pria, tumbler, power bank dan ke depan juga akan memproduksi kotak makan dan produk jims honey untuk anak-anak. Jims Honey merupakan produk import asal Cina dan gudangnya yang berada di Indonesia hanya di kota Jakarta, namun sekarang sudah dibesarkan menjadi CV oleh Hanny Zean selaku owner dari Jims Honey karena produk Jims Honey yang semakin dikenal oleh kalangan masyarakat di Indonesia. Produk Jims Honey terkenal dengan produk yang sangat *fashionable*, imut dengan motif yang lucu-lucu, namun juga ada yang polos dengan menonjolkan sisi yang elegan bagi si pemakai atau konsumen Jims Honey, hal ini juga dikarenakan Jims Honey ingin menghadirkan perubahan dan mengantarkan pola pikir baru terhadap trend masa kini dimana masyarakat di Indonesia terkhusus remaja bisa menikmati produk berkualitas tinggi tanpa mengeluarkan biaya yang tinggi.

Pada saat ini, Jims Honey memiliki perkembangan yang sangat baik dan pesat, dengan lebih dari 50.000 *reseller online* dari Sabang sampai Merauke. Salah satunya yaitu *reseller* yang berada di Kabupaten Klaten. Peminat produk Jims Honey di Kabupaten Klaten ini tergolong sangat cukup banyak. Para *reseller* memasarkan produk Jims Honey di Kabupaten Klaten sendiri dengan membuka toko di berbagai wilayah di Kabupaten Klaten dan juga melalui media *online*

seperti via Facebook, Instagram, Whatsapp, TikTok Shop dsb, hal ini secara tidak langsung berpengaruh kepada kepercayaan pembeli atau konsumen terhadap produk atau merek tersebut.

Beberapa upaya yang dilakukan oleh Jims Honey untuk mengembangkan eksistensinya dalam dunia usaha, yaitu dengan memberikan promo menarik dan mengeluarkan model-model terbaru agar menarik konsumen untuk kembali lagi, salah satunya adalah dengan memberikan potongan harga (*price discount*), penerapan potongan harga yang dilakukan oleh Jims Honey dalam persaingan harga dapat menambah daya tarik konsumen atau pembeli untuk melakukan pembelian karena banyak sekali pilihan yang tersedia, kondisi yang dihadapi, dan pertimbangan yang mendasari konsumen untuk melakukan keputusan pembelian produk dengan potongan harga tersebut. Perusahaan akan menyesuaikan daftar harganya dan memberikan diskon, potongan harga untuk pembayaran lebih cepat, pembelian dalam jumlah besar, dan pembelian di luar musim (Kotler dan Keller, 2007 dalam Indri Kartika Dewi, 2018). Potongan harga (*price discount*) sendiri menjadi perhatian bagi konsumen atau pembeli, karena perilaku konsumen umumnya akan mempertimbangkan keputusan akan melakukan pembelian suatu produk terhadap *budget* yang mereka miliki yaitu dengan melihat terlebih dahulu harga produk yang akan dibeli dan juga konsumen akan menilai potongan harga itu dengan kualitas suatu produk yang akan dibelinya.

Faktor lainnya yang mempengaruhi konsumen terhadap keputusan pembelian yaitu citra merek. Kenyataannya yang terjadi pada saat ini ialah

konsumen sangat sadar dan tahu betul akan keberadaan dari citra merek. Karena konsumen menganggap merek adalah sebagai salah satu acuan citra diri mereka. Pengguna merek tertentu dari suatu produk dapat menciptakan rasa bangga bagi pemakinnnya dan telah menggeser fungsi merek sebagai pembeda dengan produk lainnya Aaker (1991) dalam Suwandi dkk (2015). Karena itu lah merek akan memberikan sebuah kontribusi penjelasan atau tanda pembeda dari umumnya merek-merek lainnya yang berada dipasaran.

Selain dapat dilihat dari segi promo potongan harga dan citra merek maka penentuan keputusan pembelian konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk tersebut dan pada akhirnya konsumen akan selalu memilih suatu produk yang sesuai dengan kriteria yang diharapkan oleh konsumen atau pembeli. Konsumen selalu ingin mencari produk yang dapat di handalkan atau dalam hal ini yang dimaksud yaitu kualitas produk yang bagus dan berkualitas. Kualitas produk merupakan sesuatu yang sangat penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan mempengaruhi keputusan pembelian bagi konsumen atau pembeli. Kualitas produk (*product quality*) sendiri ialah senjata strategi potensial untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan oleh konsumen, maka diperlukan standarisasi kualitas yang bertujuan untuk menjaga suatu produk yang dihasilkan memenuhi standar yang telah ditetapkan, sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan atau kecewa terhadap produk yang bersangkutan. Penjual yang tidak memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan akan menanggung tidak loyalnya konsumen, sehingga penjualan produknya akan cenderung menurun

(Lestari, 2016:3). Jadi kualitas produk ialah hal yang bisa mempengaruhi keputusan konsumen untuk pembelian ulang. Dengan kualitas produk yang baik, bagus dan terjamin produknya maka dapat menarik minat konsumen akan membeli dan penjualan bisa semakin meningkat.

Berdasarkan pada uraian latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk meneliti lebih jauh tentang **“PENGARUH POTONGAN HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK JIMS HONEY”**.

1.2 Alasan Pemilihan Judul

1.2.1 Alasan Obyektif

1. Dalam persaingan industri *fashion* yang ketat, potongan harga, citra merek dan kualitas produk sangat penting bagi perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran.
2. Potongan harga, citra merek dan kualitas produk tidak bisa diabaikan karena guna mengetahui seberapa besar.

1.2.2 Alasan Subyektif

1. Menambah pengetahuan dasar penulis mengenai strategi pemasaran dari faktor potongan harga, citra merek dan kualitas produk.
2. Sesuai dengan ilmu yang dipelajari penulis mengenai teori manajemen pemasaran, penulis tertarik meneliti persepsi dan minat beli konsumen

fashion Jims Honey di kalangan masyarakat di Kecamatan Trucuk yang mencakup potongan harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

1.3 Penegasan Judul

Untuk menghindari kekeliruan dalam memahami atau menafsirkan maka dalam penelitian ini dikemukakan penegasan judul sebagai berikut:

1.3.1 Potongan Harga

Menurut Alma (2004:107) potongan harga atau biasa disebut diskon merupakan pengurangan harga suatu produk dari harga normal dari produk tersebut dalam satu periode tertentu. Potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu (Sutisna, 2002:302). Sedangkan potongan harga (*price discount*) menurut Paul & Olson (2014:256) adalah strategi menentukan harga yang melibatkan rencana jangka panjang untuk menurunkan harga secara sistematis setelah mengenalkan produk.

1.3.2 Citra Merek

Citra merek adalah persepsi konsumen mengenai suatu merek, yang tidak sama dengan identitas merek (Hossain, 2007) dan menurut Dobhni dan Zinkhan dalam Hossain (2007) citra merek didefinisikan sebagai alasan atau persepsi emosional konsumen untuk memilih suatu merek tertentu.

Sedangkan menurut Tjiptono (2015:49) citra merek adalah deskripsi asosiasi dan keyakinan konsumen terhadap merek tertentu.

1.3.3 Kualitas Produk

Kualitas didefinisikan sebagai suatu keunggulan atau keistimewaan. Sedangkan kualitas yang dirasakan dapat didefinisikan sebagai suatu penilaian konsumen akan keunggulan ataupun keistimewaan secara menyeluruh terhadap suatu produk (Zeithaml, 1988).

1.3.4 Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen untuk membeli suatu produk setelah sebelumnya memikirkan tentang layak tidaknya membeli produk itu dengan mempertimbangkan informasi-informasi yang ia ketahui dengan realitas mengenai produk itu setelah ia menyaksikannya (Kotler, 2005).

1.4 Pembatasan Masalah

Permasalahan yang akan penulis teliti ini akan menjadi kabur maknanya tanpa adanya pembatasan masalah yang mendasarinya. Dalam penelitian ini adapun masalah yang akan dibatasi adalah sebagai berikut :

1. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dibatasi pada faktor:

a. Potongan Harga

Potongan harga meliputi besarnya potongan harga, masa potongan harga dan jenis produk yang mendapatkan potongan harga dari produk Jims Honey.

b. Citra Merek

Citra merek meliputi pengakuan, reputasi, afinitas dan domain dari produk Jims Honey.

c. Kualitas Produk

Kualitas produk meliputi kinerja, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, kemampuan diperbaiki, estetika dan ketepatan kualitas yang dipersepsikan pada produk Jims Honey.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian meliputi pemilihan produk, pemilihan merek, pemilihan waktu dan pemilihan metode / cara pembayaran pada produk Jims Honey.

2. Karakteristik responden yang digunakan adalah konsumen di Kecamatan Trucuk yang menggunakan produk Jims Honey.

1.5 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka dapat dirumuskan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah potongan harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey ?
2. Apakah citra merek mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey ?
3. Apakah kualitas produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey ?
4. Apakah potongan harga, citra merek dan kualitas produk mempunyai pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey ?

1.6 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan di atas, maka tujuan yang diharapkan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menguji pengaruh potongan harga terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey
2. Untuk menguji pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey
3. Untuk menguji pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Produk Jims Honey

4. Untuk menguji pengaruh potongan harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk Jims Honey

1.7 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, diantaranya sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dilakukan sebagai wujud penerapan ilmu yang telah diperoleh penulis selama menempuh pendidikan sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi di Universitas Widya Dharma Klaten. Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat dan menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang potongan harga, citra merek, kualitas produk dan keputusan pembelian.

2. Bagi Perusahaan

Penulis mengharapkan bahwa penelitian ini dapat memberikan pandangan atas hasil yang telah diperoleh, khususnya hasil dari penelitian ini dapat memberikan masukan dan referensi kepada pihak Jims Honey. Selain itu juga diharapkan dapat memberikan gambaran kepada Jims Honey untuk mengetahui bagaimana konsumen terhadap produk yang ditawarkan dan keputusan pembelian sehingga dapat dijadikan acuan dalam menetapkan strategi pemasaran dan pengembangan guna memberikan kepuasan bagi konsumen.

3. Bagi Pihak Lain

Penelitian ini diharapkan dapat sebagai bahan pertimbangan dan referensi bagi peneliti lain yang melakukan penelitian yang serupa. Penelitian ini ditunjukan untuk masyarakat umum dan mahasiswa Universitas Widya Dharma Klaten khususnya Program Studi Manajemen bidang Manajemen Pemasaran.

1.8 Sistematika Penulisan

Penyusunan skripsi ini terdiri dari lima bab, dimana masing-masing bab dibagi lagi menjadi beberapa sub bab. Adapun kelima bab tersebut berisi:

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang masalah, alasan pemilihan judul, penegasan judul, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini berisi tentang pengertian pemasaran, potongan harga, citra merek, kualitas produk, keputusan pembelian, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran serta hipotesis penelitian.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisi tentang desain penelitian, tempat dan waktu penelitian, teknik pengumpulan data, subjek dan objek penelitian, sumber data, variabel dan definisi operasional variabel, populasi dan sample, teknik analisis data serta metode analisis data.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini penulis akan menyajikan gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian yang dilengkapi dengan tabel. Bagian pembahasan memaparkan hasil pengolahan data, menginterpretasikan penemuan secara logis.

BAB V : PENUTUP

Dalam bab ini dipaparkan kesimpulan dari hasil penelitian, kemudian memberikan saran yang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh perusahaan yang telah diteliti.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan penelitian, pengujian dan pembahasan dari pengaruh potongan harga, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Jims Honey pada konsumen produk Jims Honey di Kecamatan Trucuk dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan identitas responden disimpulkan bahwa sebagian besar responden penelitian ini berusia 15-25 tahun sejumlah 85 orang atau 85% yang dominan mengisi kuesioner adalah perempuan sejumlah 80 orang atau 80%, pendidikan terakhir yang dominan dalam pengisian kuesioner adalah (selain SMP, Diploma, Sarjana, Pascasarjana) sejumlah 78 orang atau 78% adalah SMA/SMK, jenis pekerjaan yang dominan dalam pengisian kuesioner adalah (selain Pegawai Swasta, PNS/TNI/POLRI, Wiraswasta, Ibu Rumah Tangga) sejumlah 62 orang atau 62% adalah Pelajar/Mahasiswa dan pendapatan/gaji/uang saku perbulan yang dominan dalam pengisian kuesioner adalah < 3.000.000 sejumlah 91 orang atau 91%
2. Berdasarkan uji validitas dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dari kuesioner penelitian variabel potongan harga (X_1), citra merek (X_2) dan kualitas

produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dinyatakan valid karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,197)

3. Berdasarkan analisis linier berganda dihasilkan persamaan regresi linier berganda yaitu $Y = 3,199 + 0,188 (X_1) + 0,228 (X_2) + 0,482 (X_3) + e$ menunjukkan bahwa konstanta 3,199 berarti apabila tanpa ada variabel (potongan harga) X_1 , (citra merek) X_2 dan (kualitas produk) X_3 , maka masih ada keputusan pembelian sebesar 3,199 satuan keputusan pembelian.
4. Berdasarkan uji korelasi seluruh variabel bebas atau potongan harga, citra merek dan kualitas produk memiliki koefisien korelasi termasuk dalam kategori kuat jadi terdapat hubungan yang kuat antara seluruh variabel bebas (X_1, X_2, X_3) dengan variabel terikat (Y).
5. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel potongan harga diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,324 dan nilai signifikansi sebesar 0,022, karena nilai t_{hitung} 2,324 $>$ t_{tabel} 0,197 dan nilai signifikansi 0,022 $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel potongan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dalam penelitian ini H_1 “ada pengaruh secara parsial” potongan harga terhadap keputusan pembelian diterima.
6. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel citra merek diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,470 dan nilai signifikansi sebesar 0,015. Karena nilai t_{hitung} 2,470 $>$ t_{tabel} 0,197 dan nilai signifikansi 0,015 $<$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel citra merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga

dalam penelitian ini H2 “ada pengaruh secara parsial” citra merek terhadap keputusan pembelian diterima.

7. Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kualitas produk nilai t_{hitung} sebesar 4,974 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Karena nilai t_{hitung} 4,974 > t_{tabel} 0,197 dan nilai signifikansi 0,000 < 0.05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, sehingga dalam penelitian ini H3 “ada pengaruh secara parsial” kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.
8. Berdasarkan hasil uji F diperoleh F_{hitung} sebesar 76,743 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini membuktikan bahwa $F_{hitung} = 76,743$ lebih besar dari $F_{tabel} = 2,70$ sedangkan taraf signifikansi = 0,000 lebih kecil dari alpha pada taraf 5% atau (0,05) sehingga dapat dikatakan bahwa potongan harga, citra merek dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan H4 yang diajukan dalam penelitian ini diterima.
9. Berdasarkan data yang telah diolah, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,697 atau (69,7%). Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar presentase pengaruh variabel independen potongan harga (X_1), citra merek (X_2) dan kualitas produk (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) dan besarnya pengaruh independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini adalah 69,7% sedangkan sisanya yaitu 30,3% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

10. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan tertinggi terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat bahwa Jims Honey sudah memiliki kualitas produk yang cukup baik di benak konsumen. Dimana Jims Honey selalu konsisten menawarkan kualitas produk dengan harga yang sangat kompetitif dan model produk yang Jims Honey tawarkan selalu *up-to-date* disesuaikan dengan trend mode di dunia dan kebutuhan lokal.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Berdasarkan penilaian responden dalam penelitian ini, upaya yang sebaiknya dilakukan oleh Jims Honey adalah sebagai berikut :

- a. Variabel potongan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan, saran yang dapat diberikan adalah Jims Honey dalam menetapkan strategi potongan harga sudah sangat tepat dan tidak terlalu memberatkan konsumen. Dalam arti perusahaan sebaiknya harus mempertahankan strategi potongan harga supaya dapat atau mampu dibeli oleh semua kalangan sehingga keputusan pembelian produk Jims Honey lebih meningkat.
- b. Variabel citra merek yang juga memiliki pengaruh positif dan signifikan, saran yang dapat diberikan untuk Jims Honey diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan citra merek produknya karena

walaupun citra merek Jims Honey sudah cukup bagus dipasaran Jims Honey sendiri terbilang masih baru di industry *fashion*. Upaya yang dapat dilakukan perusahaan perlu lebih gencar dalam memberikan informasi produk yang dapat berupa iklan pada media elektronik, media cetak maupun secara online tujuannya agar citra merek Jims Honey dapat mudah dipercaya dan diingat oleh konsumen.

- c. Variabel kualitas produk yang juga memiliki pengaruh positif dan signifikan selain itu kualitas produk memiliki pengaruh tertinggi terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat bahwa Jims Honey sudah memiliki kualitas produk yang cukup baik di benak konsumen. Namun belum sepenuhnya dan perusahaan diharapkan mampu meningkatkan lagi kualitas dan lebih peduli lagi dengan kebutuhan konsumen. Jims Honey perlu mempertahankan kualitas produk yang diberikan sebelumnya dan perlu meningkatkan kualitas produk dengan memperbarui desain serta model yang trendi. Tujuannya agar konsumen merasa percaya diri dan nyaman ketika memakai produk, agar konsumen tidak beralih dengan menggunakan produk *fashion* merek lain. Selain itu konsumen yang belum pernah memakai produk Jims Honey dapat tertarik untuk membelinya.
- d. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk memiliki pengaruh tertinggi terhadap keputusan pembelian dibandingkan dengan potongan harga dan citra merek maka perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk tersebut agar konsumen tetap menggunakan produk tersebut karena

konsumen lebih mementingkan kualitas produk daripada potongan harga dan citra merek.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Penelitian selanjutnya diharapkan untuk:

- a. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk memperluas objek penelitian tidak hanya potongan harga, citra merek dan kualitas produk saja tetapi juga bisa variabel-variabel lain misalnya pengaruh iklan televisi, pengaruh selebriti endorser, pengaruh *brand awareness* (kesadaran merek) dan lain-lain. Sehingga dapat diperoleh informasi yang lebih lengkap tentang keputusan pembelian.
- b. Untuk penelitian yang akan datang diharapkan agar menambah jumlah responden agar semakin mewakili jawaban dalam penelitian.
- c. Untuk penelitian yang akan datang dalam kuesioner, hendaknya peneliti memberikan penjelasan singkat mengenai variabel yang akan diteliti sehingga antara peneliti dan responden akan terjadi persamaan persepsi mengenai variabel yang terkait.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Shimp, Terence. 2003. *Periklanan Promosi & Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, Jilid I (edisi 5), Jakarta :Erlangga.
- A.M, Morissan. 2010. *Periklanan komunikasi pemasaran terpadu*, Jakarta : Penerbit Kencana.
- Aaker, D. A. 2010. *Manajemen Ekuitas Merek*, alih Bahasa: Aris Ananda. Edisi Revisi. Jakarta: Mitra Utama.
- Aaker. D. A. 1991. *Measuring Brand Equity Capitalizing on the Value of Brand Name*. New York : The Free Press
- Akbar, Usman. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Alhusin, Syahri. 2003. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS.10 for Windows*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Alma, B. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Anggar, Krisnasakti. 2012. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus Pada Konsumen di Kota Semarang)*, skripsi Universitas Diponegoro. hal. 25, 35.
- Antika, Bunga Windi. Andjarwati Anik Lestari. 2016. Pengaruh Kemudahan Dan Emotional Factor Terhadap Word Of Mouth Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Olx Di Surabaya) *Jurnal Ilmu Manajemen*, Vol. 4, No.
- Arifin, Zainal. 2009. *Dasar-dasar Manajemen Syariah*. Tangerang: Azreta Publisher.
- Assauri, Sofjan. 2003. *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction, Dalam Usahawan*, No. 01, XXXII, Januari, hal.25- 30. Jakarta.

- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada. Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*. Edisi Pertama. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Astuti, S. 2014. *Manajemen pemasaran*. Retrieved from <http://repository.ut.ac.id/4600/1/EKMA5206-M1.pdf>
- Basu Swastha. 1996. *Azas-Azas Marketing*, Edisi Ketiga, Penerbit Liberty, Yogyakarta
- Bukhari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Bandung: Alfabeta, 2000), 132
- Candra, Meidi. 2009. Analisis Pengaruh Selebriti Endorser Terhadap Brand Image Pada Iklan Produk Kartu Prabayar XL Bebas Di Bandar Lampung, *Jurnal Bisnis Dan Manajemen: Universitas Lampung*.
- Carstairs-McCarthy, A. 2002. *An Introduction to English Morphology: Words and Their Structure*. Linguistics.
- Cravens, David. W., dan Piercy, Nigel.F. 2010. *Strategic Marketing* 10th. Edition. New York: McGraw-Hill International Edition
- Darke, P.R., Chung, C.Y.M. 2005. *Effects of pricing and promotion on consumer perceptions: it depends on how you frame it*. *Journal of retailing*, 81(1), 35-47
- Dewi, I. K. 2018. *Pengaruh Diskon Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online (Survei pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2013/2014 Konsumen Traveloka)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Djarwanto. 1994. *Pokok-pokok Metode Riset dan Bimbingan Teknis Penulisan Skripsi*. Yogyakarta : Liberty
- Emor, R. Y., Soegoto, A. S. 2015. Pengaruh potongan harga, citra merek, dan servicescape terhadap keputusan pembelian konsumen indomaret tanjung batu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(2).
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*, Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset

- Ghozali, Imam. 2011. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gugup Kismono. 2001. *Bisnis Pengantar*. Yogyakarta: BPF
- Gujarati. 2005. *SPSS Versi 16 Mengolah Data Statistik Secara Profesional*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Hartyanti, A. K. 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian As32 Ayam Geprek* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Hossain, Enayet. 2007. *An Evaluation of Brands Image, Product Attributes and Perceived Quality of a Selected Consumer Non Durable Product*. *Administration Management Review, Volume 19 No. 2*.
- Imantoro, F. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian (Survey terhadap Konsumen Mie Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh)* (Doctoral dissertation, Universitas Brawijaya).
- Kotler dan Armstrong. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 15. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 1. Alih Bahasa : Bob Sabran. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gerry Armstrong. 2014. *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson Pretice Hall
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2010. *Principles of Marketing*. Edisi 13. United States of America : Pearson
- Kotler, Philip dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Bumi Aksara
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Lestari, G. D. 2019. Pengaruh Potongan Harga Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Di Indomaret Jl Pulorejo Kota Mojokerto. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 7(1).
- Mullins, John W dan Walker Jr, Orville C. 2013. *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach*, 8th Edition, McGraw-Hill International Edition.
- Nuriyani, S., & ASTUTE, S. R. T. 2014. *Analisis Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Sampo Sunsilk di Semarang* (Doctoral dissertation, UNDIP; Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Paul, P. J., & C, O. J. 2014. *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran* (9 ed.). Jakarta: Salemba Empat
- Rangkuti, Freddy. 2010. *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Robustin, T. P., & Fauziah, A. (2018, October). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Masyarakat Di Kota Jember*. In Seminar Nasional Manajemen dan Bisnis III (SNMB3) (pp. 94-101). universitas jember.
- Roslina. 2010. "Citra Merek: Dimensi, Proses Pemngembangan Serta Pengukurannya." *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Volume 6 No 3, Mei 2010: 333-346
- Rumangkang, S. F., Nelwan, O. S., & Trang, I. 2015. Potongan Harga dan Servicscape Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Anak pada Matahari Megamas Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(4).

- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Schiffman, Leon G dan Leslie L Kanuk. 1997. "*Consumer Behavior*"., Prentice Hall., New Jersey.
- Sekaran *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Uma. 2003. *Research Method for Business A Skill – Building Approach, 4th Edition*. Salemba Empat. Jakarta
- Stanton, William J. 2012. *Prinsip pemasaran*, alih bahasa : Yohanes Lamarto Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sugiyono. 2001. *Metode Penelitian*, Bandung: CV Alfa Beta.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA
- Suharno dan Yudi Sutarso. 2010. *Marketing In Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.
- Suwandi, 2015. *Desentralisasi Fiskal dan Dampaknya terhadap Pertumbuhan Ekonomi, Penyerapan Tenaga Kerja, Kemiskinan, dan Kesejahteraan di Kabupaten/Kota Induk Provinsi Papua*, Ed.1, Cet. 1 Yogyakarta: Deepublish
- Tjiptono, Fandy, 2015. *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi
- Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Cetakan ke-3. Yogyakarta: ANDI.

Widiyanto, Ibnu. 2008. *Pointers: Metodologi Penelitian*. BP Undip, Semarang.

Zeithaml, V.a. 1988. "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value : A Means-End Model and Synthesis of Evidence", *Journal of Marketing*, Vol. 5, hal 2-22