

**PENGARUH HARGA, LOYALITAS, PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOUBILER DI PT. PALEMBANG
CONSTRUCTION PROJECT**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian Dari Syarat-Syarat
Guna Mencapai Sarjana Ekonomi dan Bisnis**



Diajukan Oleh:

Nama : Sri Wulandari

NPM : 2101110018

**UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

2025

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : SRI WULANDARI
Nomor Pokok/NPM : 2101110018
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jurusan Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Loyalitas, Promosi Terhadap
Keputusan Pembelian Moubiler di PT. Palembang
Construction Project

Pembimbing Skripsi

Tanggal 19 Juni 2025 Pembimbing I : 
Baidowi Abdhie, SE., MP
NIDN : 0210116101

Tanggal 21 / 07 2025 Pembimbing II : 
Nyayu Khairani Putri, SE., M.Si
NIDN : 0211029501

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Hji. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401



Dr. Yolanda Veybitha, S.E., M.Si
NIDN : 0226028303

019/PS/DFEB/25

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

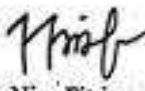
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : SRI WULANDARI
Nomor Pokok/NPM : 2101110018
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jurusan Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Loyalitas, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moubiler di PT. Palembang Construstion Project

Penguji Skripsi

Tanggal 19 Juli 2025 Ketua Penguji : 
Baidowi Abdhie, SE., MP
NIDN : 0210116101

Tanggal 21 / 07 / 2025 Penguji I : 
Nyayu Khairani Putri, SE., M.Si
NIDN : 0211029501

Tanggal 2 / 07 / 2025 Penguji II : 
Hj. Nina Fitriana., SE., M.Si
NIDN : 0012116501

Mengesahkan:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen,



Dr. Hl. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401



Dr. Yolanda Verbitha, S.E, M.Si
NIDN : 0226028303

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Tuhan membawamu sejauh ini bukan untuk merasakan kegagalan, melainkan untuk mempersiapkanmu meraih keberhasilan yang lebih besar.”

“You Should Believe in yourself and don't let anyone bring you down.” - Spirit of love

Kupersembahkan Untuk :

- ▶ ALLAH SWT
- ▶ Diriku Sendiri
- ▶ Kepada Orang Tuaku (Alm) Paryanto
Dan Ibu Ningrum
- ▶ Kak ku Eka Pratama Supriyanto.ST
- ▶ Almamater kebanggaanku

PERNYTAAN BEBAS PLAGIAT

Nama : Sri Wulandari
Nomor Pokok/NPM : 2101110018
Jurusan/Prog Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh harga,loyalitas,promosi terhadap keputusan pembelian
moubiler di PT.Palembang Construction Project.

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.Apabila di kemudian hari terbukti bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri-ciri plagiat dan bentuk-bentuk peniruan lain yang di anggap melanggar peraturan ,maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, Juni 2025



Sri Wulandari

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah peneliti panjatkan kepada Allah SWT dan Shalawat serta salam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW karena atas rahmat dan hidayah-Nya peneliti dapat menyelesaikan penyusunan proposal ini dengan Judul **“Pengaruh Harga,Loyalitas ,Promosi Terhadap Keputusan Pembelian**

Moubiler Di PT.Palembang Construction Project” Peneliti menyadari bahwa proposal ini masih sangat jauh dari sempurna, maka kritik dan saran yang sifatnya membangun sangat peneliti harapkan dalam rangka perbaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa tanpa dukungan dan perhatian serta bimbingan baik dari pembimbing, keluarga dan teman-teman sekalian penulisan proposal tidak dapat berjalan dengan baik.

Dengan selesainya penulisan penelitian ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Msy. Mikial, S.E., M.Si Ak, CA, CSRS selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
2. Ibu Dr. M. Ima Andiyani, S.E., M.Si selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridinanti.
3. Ibu Dr.Yolanda Veybitha,S.E.,M.Si selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti
4. Bapak Amrillah Azrin SE.MM Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah memberi bimbingan selama perkuliahan
5. Bapak Baidowi Abdhie, SE, MP selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu membimbing dan mengarahkan proposal ini agar dapat menyelesaikan dengan baik.

6. Ibu Nyayu Khairani Putri, SE.M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan membimbing penulisan dalam menyusun proposal ini.
7. Seluruh Bapak dan Ibu dosen serta staff karyawan pada Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti yang telah banyak memberikan bekal dan ilmu pengetahuan kepada penulisan
8. Pimpinan dan para Karyawan PT. Palembang Construction Project, yang telah memberikan izin kepada saya untuk melakukan penelitian serta membantu saya dalam menyelesaikan penelitian.
9. Kepada orang tuaku dan keluarga besar yang tercinta, terima kasih atas dukungan dan do'a serta bantuan baik moral maupun materil.
10. Kepada semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini selesai.
11. Almamater, saudara seperjuangan jurusan Manajemen angkatan 2021

Dengan segala kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang membantu menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan semoga Allah SWT selalu melimpahkan berkah, rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua.

Palembang.

Sri Wulandari

Daftar Isi

BAB I.....	4
PENDAHULUAN.....	4
1.1. Latar Belakang.....	4
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
BAB II	10
TINJAUAN KEPUSTAKAAN	10
2.1. Kajian Teoritis	10
2.1.1. Harga	10
2.1.1.1. Faktor- Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	11
2.1.1.2. Metode Penetapan Harga	12
2.1.1.3. Jenis- Jenis Harga	16
2.1.1.4. Indikator Harga.....	16
2.1.2. Loyalitas Pelanggan.....	18
2.1.2.1. Faktor-Faktor Loyalitas	20
2.1.2.2. Dimensi dan Indikator	20
2.1.2.3. Indikator Loyalitas Pelanggan.....	21
2.1.3. Promosi.....	22
2.1.3.1. Faktor-Faktor Promosi	23
2.1.3.2. Indikator Promosi	25
2.2. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	29
2.3. Kerangka Berpikir.....	30
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	31
2.4. Hipotesis Penelitian.....	31
BAB III.....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1. Jenis Penelitian.....	32
3.2. Lokasi Penelitian.....	32
3.3. Waktu Penelitian.....	33
3.4. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	33

3.4.1.	Sumber	33
3.4.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.	Populasi dan Sampel Penelitian	35
3.5.1.	Populasi	35
3.5.2.	Sampel	35
3.5.3.	Sampling.....	36
3.6.	Variabel dan Definisi Operasional.....	36
3.6.1.	Variabel Penelitian.....	36
3.6.2.	Definisi Operasional Variabel	37
3.7.	Instrumen Penelitian	39
3.8.	Teknik Analisa Data.....	39
3.8.1.	Uji Instrumen.....	40
3.8.2.	Analisis Statistik Deskriptif	41
BAB IV		46
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		46
4.1	Hasil Penelitian	46
4.1.1	Sejarah Palembang Construction Project	46
4.1.2	Visi dan Misi Palembang Construction Project	46
4.1.2.1	Visi	46
4.1.2.2	Misi	46
4.1.2.3	Bagan dan Struktur Organisasi PT.Palembang Construction Project.....	47
4.1.2.4	Tugas dan Wewenang.....	49
4.1.2.5	Karakteristik Responden	54
4.3	Analisis Data.....	56
4.3.1	Uji Validitas.....	56
4.3.2	Uji Reliabilitas.....	57
4.4	Uji Asumsi Klasik	58
4.4.1	Uji Normalitas.....	58
4.3.2	Uji Multikolinieritas	60
4.3.3	Uji Heterokedatisitas	61

4.5	Metode Analisis Data	62
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	62
4.5.2	Hasil Uji koefisien Korelasi	64
4.5.3	Koefisien Determinasi	65
4.6	Hipotesis.....	65
4.6.1	Uji Simultan (Uji F).....	65
4.6.2	Uji Parsial (Uji t)	67
4.2	Pembahasan Penelitian.....	69
4.2.1	Pengaruh harga, Loyalitas, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	69
	Moubiler di PT. Palembang Construction Project	69
4.2.3	Pengaruh Loyalitas terhadap Keputusan Pembelian Moubiler di PT. Palembang Construction Project	70
	Palembang Construction Project	71
BAB V		72
KESIMPULAN DAN SARAN		72
5.1	Kesimpulan.....	72
5.2	Saran	73

Abstrak

Sri Wulandari,” Pengaruh Harga,Loyalitas,Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moubiler Di PT.Palembang Construction Project”.(di bawah bimbingan Bapak Baidowi Abdhie SE.,MP dan Ibu Nyayu Khairani SE.,M.,Si).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh harga,loyalitas,promosi terhadap Keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project.Jenis penelitian Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 35 orang pekerja di PT.Palembang Construction Project. Pengambilan data menggunakan *probability sampling (Propotional random sampling)* yang didistribusikan kepada 35 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuesioner. Metode yang digunakan adalah regresi linier berganda, dengan bantuan program komputer *Statistical Product and Service Solution (SPSS)* versi 26.

Dari hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh haraga secara simultan antar. Pengujian hipotesis dilakukan menggunakan tabel output SPSS, dengan taraf signifikansi yang ditetapkan sebesar 0.05. Variabel pengaruh harga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel promosi, dengan nilai t-hitung sebesar 5.949 dan nilai signifikan sebesar 0,00 ($< 0,05$). Variabel Keseimbangan kerja memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel Keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 5.933 dan nilai signifikan sebesar 0.00 ($< 0,05$). Variabel Loyalitas memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap Keputusan pembelian, dengan nilai t-hitung sebesar 4.237 dan nilai signifikan sebesar 0,00 ($< 0,05$).

Kata Kunci : Harga, Loyalitas, Promosi, dan Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Sri Wulandari, "The Influence of Price, Loyalty, Promotion on Moubiler Purchasing Decisions at PT. Palembang Construction Project". (under the guidance of Mr. Baidowi Abdhie SE., MP and Mrs. Nyayu Khairani SE., M., Si).

This study aims to determine whether there is an influence of price, loyalty, promotion on the decision to purchase a moubiler at PT. Palembang Construction Project. Type of research This type of research is quantitative. The population in this study were 35 workers at PT. Palembang Construction Project. Data collection using probability sampling (Proportional random sampling) which was distributed to 35 respondents. The data collection technique in this study was a questionnaire. The method used is multiple linear regression, with the help of the Statistical Product and Service Solution (SPSS) computer program version 26.

The results of this study indicate that there is a simultaneous price influence between. Hypothesis testing is carried out using the SPSS output table, with a significance level set at 0.05. The price influence variable has a partial significant influence on the promotion variable, with a t-count value of 5,949 and a significant value of 0.00 (<0.05). The work balance variable has a partial significant influence on the Purchase Decision variable, with a t-count value of 5,933 and a significant value of 0.00 (<0.05). The Loyalty variable has a partial significant influence on the Purchase Decision, with a t-count value of 4,237 and a significant value of 0.00 (<0.05).

Keywords: Price, Loyalty, Promotion, and Purchasing Decision

RIWAYAT HIDUP

SRI WULANDARAI dilahirkan di Palembang, 15-07-1999 dari bapak (Alm) Paryanto dan ibu Ning rum . Anak pertama dari 3(tiga) bersaudara. Pendidikan sekolah dasar pada tahun 2007-2013 di Madrasa Mubahlighin Palembang. Sekolah menengah pertama tahun 2013-2015 di SMP PGRI 11 Palembang. Sekolah menengah kejuruan tahun 2015-2018 di SMK PGRI 2 Palembang, dan selanjutnya memulai Pendidikan di Universitas Tridinanti Palembang pada tahun 2021 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan dan pertumbuhan tren perilaku berbelanja konsumen saat ini dipengaruhi oleh berbagai faktor. Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Pertumbuhan pasar meubel atau furnitur menunjukkan potensi yang besar di pasar Indonesia. Inovasi-inovasi yang dilakukan serta pengembangan sistem pemasaran telah mendorong terjadinya persaingan dalam memengaruhi konsumen dalam hal memilih, membeli, dan menggunakan produk sesuai keinginan mereka. Hal ini menjadi sangat penting, khususnya bagi perusahaan yang bergerak di sektor penyediaan barang dan jasa.

Manajemen pemasaran adalah usaha untuk merencanakan, mengimplementasikan (yang terdiri dari kegiatan mengorganisasikan, mengarahkan, mengkoordinir), serta mengawasi atau mengendalikan kegiatan pemasaran dalam suatu organisasi agar tercapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Sudarsono, 2020).

Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk memiliki kemampuan dalam mengidentifikasi dan mengelola berbagai faktor yang dapat memengaruhi perilaku konsumen, guna mempertahankan daya saing dan memenuhi kebutuhan pasar secara efektif. Adapun faktor-faktor yang memengaruhi perilaku konsumen meliputi harga, variasi produk, dan kualitas yang berbeda-beda

sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Di antara faktor-faktor tersebut, harga memegang peranan penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Karena harga merupakan nilai uang yang harus dibayarkan oleh pelanggan kepada penjual atas barang yang dibelinya. Dengan kata lain, harga adalah nilai sebuah barang yang ditentukan oleh penjual (Zulkarnaen, M. 2023).

Selain harga, Loyalitas merupakan kondisi pelanggan yang memiliki sikap positif terhadap suatu merek, memiliki komitmen pada merek tersebut, dan bermaksud untuk melanjutkan pembeliannya di masa mendatang (Aang, 2023).

Promosi merupakan komunikasi pemasaran yang dilakukan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi, membujuk, atau meningkatkan pasar sasaran terhadap perusahaan dan produknya agar masyarakat mau menerima, membeli, dan loyal terhadap produk yang ditawarkan (Tjiptono, F. 2019).

Keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli di mana konsumen benar-benar membeli produk atau jasa yang telah dipilih sebelumnya (Kotler dan Armstrong, 2018). Bisnis moubiler di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan adanya perkembangan yang signifikan. Seiring dengan bertambahnya dan meningkatnya pembangunan di Indonesia mendorong permintaan moubiler yang semakin banyak, sehingga menjadikan peluang usaha yang sangat bagus. PT. Palembang Construction Project merupakan perusahaan yang menjual beragam macam moubiler baik untuk perabotan perkantoran, sekolah dan lainnya yang berlokasi di Sumatera Selatan.

Terlihat dari data penjualan di PT. Palembang Construction Project pada tahun 2024 terjual lebih dari 2000 set meja dan kursi dan produk moubiler lainnya.

Tahun	Total Penjualan	Total Item Terjual
2023	30 Transaksi	2.470 Unit
2024	34 Transaksi	2.600 Unit

Sumber : Transaksi Penjualan PT. Palembang Construction Project, 2024

Di PT. Palembang Construction Project, masih sering ditemukan fluktuasi dalam volume pembelian mobilier dari konsumen, yang menandakan belum stabilnya keputusan pembelian. Salah satu penyebabnya adalah ketatnya persaingan harga di industri konstruksi dan furnitur, di mana banyak konsumen lebih sensitif terhadap perubahan harga dan penawaran dari pesaing. Selain itu, strategi promosi yang belum maksimal dan kurangnya program loyalitas yang kuat menyebabkan konsumen cenderung berpindah ke merek atau penyedia lain yang memberikan nilai lebih.

Fenomena ini menunjukkan pentingnya peran harga yang kompetitif, promosi yang efektif, serta loyalitas konsumen dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian mengenai faktor-faktor tersebut dianggap penting untuk membantu perusahaan memahami perilaku konsumen dan merumuskan strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran dalam meningkatkan penjualan mobilier di tengah persaingan yang semakin dinamis.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa faktor harga yang kompetitif, tingkat loyalitas konsumen, dan strategi promosi yang efektif memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Dalam industri proyek konstruksi, termasuk di PT. Palembang Construction Project, keputusan pembelian mobilier sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap nilai yang mereka terima dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan. Selain itu, promosi yang dirancang dengan baik dan konsisten dapat meningkatkan minat beli serta memperkuat loyalitas konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Namun, masih diperlukan penelitian lebih lanjut mengenai sejauh mana harga, loyalitas, dan promosi secara simultan memengaruhi keputusan pembelian mobilier di lingkungan proyek konstruksi, khususnya di PT. Palembang Construction Project. Menurut Kotler (2019) Pengaruh harga terhadap Keputusan pembelian pengintergrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif sehingga menghasilkan suatu pilihan yang disajikan secara kognitif sebagai keinginan berperilaku untuk memilih salah satu alternatif pilihan yang ada. Pengambilan keputusan konsumen adalah proses pemecahan masalah yang diarahkan pada sasaran. Suatu proses pengambilan keputusan pembelian melibatkan beberapa keputusan, keputusan yang selalu mensyaratkan pilihan di antara beberapa perilaku yang berbeda dan sedangkan .

Chirstian Almendo (2017) dengan. Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh dari Harga Volume Penjualan Mobil Xenia di PT. Astra Daihatsu Tbk. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Tingkat harga

-

mobil Xenia bervariasi sesuai dengan jenis dan ukuran / model kendaraannya.

Hasil dari Pengujian hipotesis

menunjukkan bahwa antara harga dan volume penjualan memiliki hubungan yang erat dan pengaruh yang berkontribusi dan sangat signifikan, tetapi polanya negatif.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dikemukakan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Pengaruh Harga, Loyalitas, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Moubiler Di Pt. Palembang Construction Project”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah harga,loyalitas, promosi berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project ?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Condstruction Project ?
3. Apakah loyalitas berpengaruh secara pasrial terhadap Keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project ?
4. Apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project ?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh harga,loyalitas,dan promosi secara simultan terhadap Keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construcion Project
2. Menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project
3. Menganalisis pengaruh loyalitas secara parsial terhadap keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project
4. Menganalisis pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan pembelian moubiler di PT.Palembang Construction Project

1.4. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. **Manfaat Teoritis**

Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang pemasaran terkait pengaruh variabel harga, loyalitas, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

2. **Manfaat Praktis**

Sebagai masukan bagi manajemen PT Palembang Construction Project dalam merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan keputusan pembelian.

3. **Manfaat Akademis**

Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti topik serupa dengan variabel yang sama maupun berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Aang. (2023). Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Riset Ekonomi*, 2 (4), 508-520.
- Afrida Pratiwi, D. J. (2019). Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 Mart Cikaret. *Kajian ekonomi & bisnis islam* , 2, 150-160.
- Baidowi Abdhie, (2023) Pratikum Statistik. *Ekonomi dan Bisnis*,2
- Cindy Magdalena Gunarsih, J. K. (2021). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang. *Administrasi Bisnis*, 2, 69-72.
- Eko Boedhi Santoso, J. S. (2017). PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN. *Administrasi dan Bisnis*, 11, 1-8.
- Ghozali. (2021:178) Uji Heterokedastistas
- Kotler, P. &. (2016). *Marketing Management (15th ed.)* (Pearson Prentice Hall ed.).
- Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti, M. A. (2020). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian . *Jurnal ilmiah ilmu ekonomi dan Bisnis* , 8, 99-102.
- Permana, D. I. (2017). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK LANTAI KAYU DAN PINTU PT.PIJI DI JAWA TIMUR. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* , 2, 1-8.
- Prasatya, K. O. (2024). Peran Customer Satisfaction Memediasi Pengaruh Brand Image dan Service Quality Terhadap Customer Loyalty. *Manajemen Universitas Udayana* .
- Putri Yosevina Purba, N. K. (2021). Pengaruh promosi, harga dan loyalitas pelanggan terhadap keputusan pembelian produk minyak gemuk di PT. Cipta Sarana Jaya Abadi. *Jurnal Paradigma Ekonomika*, 16, 785-798.

Putri,Ninta,Ricky,Rico (2021). Pengaruh promosi,harga dan loyalitas pelanggan PT.Cipta sarana

Sudarsono, S. (2020). *Manajemen Pemasaran : Konsep dan Aplikasi*. Salemba Empat.

Tjiptono, F. (20219). *Strategi Pemasaran*.

Ulumuddin, M. H. (2020). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan Starbucks Di Indonesia.

Zulkarnaen, M. (2023). Pengaruh Strategi Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada UMKM. *CIDEA*, 9 (2), 112-121.