SKRIPSI

PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK PT DHD MITRA INDOTAMA PALEMBANG

DISUSUN OLEH :

Wiwid Aprilia Saputri

1701110006

Diajukan untuk memenuhi prasyarat PelaksanaanTugasAkhir di Falkutas ekonomi jurusan Manajemen Universitas Tridinanti Palembang

FALKUTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS TRIDINANTI PALEMBANG

2021

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FALKUTAS EKONOMI
PALEMBANG

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	**: WIWID APRILIA SAPUTRI**
Nomor Pokok NIM	**: 1701110006**
Jurusan / Prog.studi	**: Manajemen**
Jenjang pendidikan	**: Starta 1**
Mata Kuliah Pokok	**: Manajemen Pemasaran**
Judul Skripsi	**: PENGARUH HARGA DAN PROMOSI**
TERHADAP	**KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM**
MEMILIH	**PRODUK PT DHD MITRA INDOTAMA**
PALEMBANG	

Pembimbing Skripsi
Tanggal 22 Mei 2021 **Pembimbing 1**

HJ.Nina Fitriana, SE.,M.Si
(NIDN. 0012116501)

Tanggal 22 Mei 2021 **Pembimbing 2**

M. Thoha Mahmun, S.IP, MM
(NIDN. 0201055601)

Mengetahui :

Dekan Falkutas	**Ketua Program Studi**
Dr.Msy Mikial,SE.M.Si,AK,CA,CSRS	**Mariyam Zanariah, SE.,M.M**
NIDN : 0205026401	**NIDN : 0222096301**

107/PS/DFE/21

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama	: Wiwid Aprilia Saputri
Nomor Pokok	: 1701110006
Fakultas	: Ekonomi
Jurusan	: Manajeman

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul " **PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK PT. DHD MITRA INDOTAMA PALEMBANG** " adalah benar-benar karya asli saya, kecuali kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi ini dengan segala konsekuensinya.

Demikian surat ini saya buat dengan sesungguhnya untuk dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, Mei 2021

Penulis,

Wiwid Aprilia Saputri

Daftar Riwayat Hidup

Wiwid aprilia saputri lahir di kota Sragen Jawa Tengah anak pertama dari pasangan bapak ibu yang bernama Eko Sriyanto dan Sudarni kelahiran tahun 1998, telah lulus sekolah menengah atas pada tahun 2017 dan melanjutkan jenjang pendidikan sarjana pada tahun 2017. Dan menyelesaikan sarjana pada tahun 2021

Motto

Motto :

"do not give up facing obstacles with a smile to keep going to achieve goals"

Jangan menyerah hadapi rintangan dengan senyuman untuk terus melangkah mencapai tujuan

Persembahan :

- **Terucap syukur kepada mu Ya Allah**
- **Kedua orang tuaku**
- **Adik-adikku**
- **Sahabatku**
- **Orang terkasihku**
- **Teman-teman sperjuanganku**
- **Almamaterku**

Kata Pengantar

Terimakasih padamu Ya Allah karena atas kehendakmu, atas izinmu dan pengabulan doa-doaku penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT.DHD Mitra Indotama Palembang"

Dalam proses penulisan ini banyak pihak yang membantu dan memberi bimbingan,support dan doa kepada penulis. Oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ibu Dr.Ir.Hj. Manisah, M.P selaku rektor Universitas Tridinanti Palembang beserta staff Rektorat
2. Ibu Mys.mikial
3. Ibu Mariyam Zanariah, SE.,MM selaku ketua program studi Manajemen Tridinanti Palembang
4. Ibu Hj.Nina Fitriana,SE.,MM selaku pembimbing skripsi yang telah membimbing,memberikan pengarahan dan saran-saran dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi.
5. Bapak Muhammad Thoha Mahmun, S.IP.,MM selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, saran-sara, dan pengarahan dengan sabar dalam menyelesaikan skripsi.
6. Bapak Prof.Dr.H. Sulbahri Madjir, SE.,MM selaku pembimbing Akademik

7. Bapak ibu dosen falkutas Ekonomi Tridinanti Palembang yang telah memberikan Ilmu Pelajaran yang sangat berharga selama study
8. Orang tua dan keluarga yang selalu mendoakan kepdada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
9. Sabahat tercinta yang selalu memberikan support kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.
10. Alfrendry vedian yang selalu memberikan dukungan, arahan, bimbingan, support serta doa kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi
11. Para teman-teman seperjuangan yang selalu memberikan support dan bimbingan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Palembang, 22 april 2021

Penulis

Wiwid Aprilia Saputri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....i

HALAMAN PERSETUJUAN.....ii

HALAMAN MOTTO.....iii

DAFTAR ISI.....iv

DAFTAR TABEL.....vi

DAFTAR GAMBAR.....vii

ABSTRAK.....viii

RIWAYAT HIDUP.....ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang.....1

1.2 Perumusan Masalah.....7

1.3 Tujuan Penelitian.....7

1.4 Manfaat Penelitian.....8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis.....9

2.1.1 Pengertian Pemasaran.....9

2.1.2 Macam-Macam Strategi Pemasaran.....12

2.1.3 Bauran Pemasaran.....12

2.2 Harga.....13

2.2.1 Pengertian Harga.....13

2.2.2 Tujuan Penetapan Harga.....13

2.2.3 Strategi Penetapan Harga.....14

2.3 Indikator Harga.....15

2.3.1 Pengertian Promosi.....16
2.3.2 Tujuan Promosi 16
2.3.3 Indikator Promosi 17
2.4 Jenis-Jenis Promosi 18
2.4.1 Keputusan Pembelian.....21
2.4.2 Konsep Perilaku Konsumen.....21
2.4.3 Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 22
2.5 Jenis-Jenis Perilaku Konsumen.....26
2.5.1 Indikator Keputusan Konsumen.....27
2.5.2 Kerangka Berfikir.....28
2.5.3 Hipotesis.....30

BAB III METODE PENELITIAN
3.1 Tempat dan Waktu Penelitiaan 31
3.2 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data 32
3.2.1 Sumber Data.....31
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....33
3.3 Populasi, Sampel dan Teknik Sampling 33
3.3.1 Populasi.....34
3.3.2 Sampel.....34
3.3.3 Teknik Sampling.....35
3.3.4 Rancangan Penelitian.....36
3.4 Variabel dan Definisi Konseptual dan Definisi Oprasional.....36
3.4.1 Variabel Penelitian.....36
3.4.2 Definisi Oprasional 37

3.5 Instrumen Penelitian 40
3.5.1 Uji Validitas 41
3.5.2 Uji Realibilitas 41
3.5.3 Uji Asumsi Klasik 41
3.6 Analisi Regresi Berganda 43
3.6.1 Uji Regresi Berganda 44
3.6.2 Sistematika Penulisan 46
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN
4.1 Gambaran Umum Perusahaan 47
4.2 Hasil Analisis 58
4.3.1 Uji Validitas 59
4.3.2 Uji Reabilitas 59
4.3.3 Uji multikolonieritas 62
4.3.4 Uji Heteroskedasitas 63
4.3.5 Hasil Regresi Linier Berganda 63
4.3 Uji Hipotesis 64
1 Uji Simultan (Uji F) 65
2 Uji Parsial (Uji t) 66
4.3.2 Pembahasan 68
BAB V PENUTUP
5.1 Kesimpulan 70
5.2 Saran 71
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Data Jumlah konsumen 4

Tabel 1.2 Daftar Jenis Produk 5

Tabel 1.3 Jumlah Penjualan 5

Tabel 2.2 Penelitian yang Relevan 28

Tabel 3.1 Jadwal Penelitian.....31

Tabel 3.2 Kisi-Kisi Variabel Harga 38

Tabel 3.3 Kisi-Kisi Variabel Promosi 38

Tabel 3.4 Kisi-Kisi Variabel Keputusan Pembelian Produk.....39

Tabel 3.5 Skor Skala Likert 40

Tabel 4.1 Uji Validitas harga 58

Tabel 4.2 Uji Validitas Promosi 59

Tabel 4.3 Uji Validitas keputusan pembeli 60

Tabel 4.4 Hasil Uji Reabilitas Variabel Harga.....61

Tabel 4.5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi 61

Tabel 4.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan konsumen.....62

Tabel 4.7 Hasil Uji Multikolonieritas 64

Tabel 4.8 Hasil Uji Heteroskedastisitas 64

Tabel 4.9 Hasil Uji Regresi Berganda.....65

Tabel 4.10 Hasil Uji Simultan (F).....67

Tabel 4.11 Hasil Uji Parsial (t) 68

Tabel 4.12 Hasil Koefisien Determinasi 69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....29

Gambar Struktur Organinasi 49

ABSTRAK

Wiwid Aprilia Saputri : Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen dalam Memilih Produk PT DHD Mitra Indotama Palembang

Pembimbing : Hj. Nina Fitriana, SE., MM dan Muhammad Thoha Mahmun, S.IP.,MM

Tteknik pengumpulan data dengan menggunakan sekunder yaitu data harga dan promosi per-tahun 2020 yang diperoleh dari PT. DHD Mitra Indotama Palembang. Data analisis dengan metode desktitif dengan menggunakan program SPSS 17.0.

Teknik analisis yang dilakukan dengan menggunakan uji F dengan tingkat signifikan 5% maka uji simultan (uji F) pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT. DHD Mitra Indotama Palembang dimana F-hitng 28.116 dan F-sig 0,000 artinya < 0,05. Kesimpulan Ho ditolak Hi diterima.

Uji parsial (uji t) pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT. DHD Mitra Indotama Palembang, dari tabel diatas bahwa analisis menunjukkan terdapat pengaruh signifikan terhadap penjualan produk PT. DHD Mitra Indotama Palembang dimana t-hitung 4.746 dan t-sig 0,632 artinya t-sig > 0,05 kesimpulan Hi ditolak Ho diterima.

Koefisien korelasi (r) = 0,612 yang menunjukan terdapat hubungan yang kuat.

Koefisien determinasi = 0,374 yang menunjukkan kontribusi harga dan promosi terhadap keputusan pembeli sebsar 37,4% dan sisanya 0,626% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini..

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan bisnis di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Kebutuhan dan keinginan konsumen saat ini mengalami perubahan yang drastis, dimana dalam perkembangannya masyarakat mengininkannya.

PT DHD Mitra Indotama yaitu perusahaan yang selama ini menjadi pelopor sekaligus produsen ikan lele organik di Sumatra selatan. DHD Farm adalah salah satu produk yang paling terkenal serta memiliki beberapa keunggulan dibandingkan produk yang lainnya. Karena PT DHD Mitra Indotama dapat membantu mensejahterahkan mitranya.

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis untuk terus meningkatkan penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat. Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika palaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya.

Untuk menarik minat konsumen membeli produk yang ditawarkan maka dibutuhkan adanya promosi yang efektif, harga yang kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing, kualitas produk yang bermutu dan juga layanan purna jual yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan. Manariknya

promosi yang ditawarkan akan mempengaruhi minat konsumen untuk mencoba mengkonsumsi produk tersebut. (PT DHD Mitra Indotama palembang)

DHD Fram dalam usaha pengembangan budidaya menggerakan 4 komponen yag selama ini selalu terpisah satu sama lain. Sehingga banyak peternak ikan mengalami kegagalan karena sulitnya terpenuhi salah satu komponen. Keempat komponen disatukan oleh DHD Farm bersama mitra binaannya yaitu : pembudidayaan, pembibitan, pakan dan pemasaran. Penyatuan 4 komponen ini bukan hanya untuk meningkatkan produksi ikan lele, tetapi menekan akan kegagalan para mitra binaan. Pada sistem kemitraan DHD Farm, mitra tidak perlu memikirkan bibit dan pakan serta pemasaran karena semuannya dilakukan langsung oleh managemen DHD Farm.

Sistem kemitraan yang dibangun DHD Farm ada 2 yaitu : kemitraan mandiri dan kemitraan plasma. Untuk kemitraan mandiri mitra melakukan pembudidayaan kolam sendiri tetapi bibit, pakan dan pemasaran diberikan oleh DHD Farm. Mitra mandiri juga tetap mendapat bimbingan budidaya dari managemen DHD Farm melalui petugas pekerja lapangan (PPL) yang melakukan kunjungan secara rutin. Sementara mitra plasma, semua pekerjaan pembudidayaan dilakukan oleh manajemen DHD Farm. Tujuan untuk memberikan kesempatan pada masyarakat melakukan pembudidayaan ikan tetapi tidak mempunyai tempat yang memadai serta waktu yang cukup.

Setiap perusahaan yang ingin memperluas usahanya dalam persaingan haruslah memandang pemasaran sebagai kunci utama dalam mencapai tujuan

perusahaan.pemasaran diarahkan untuk mengetahui kebutuhan pembeli kemudian memuaskan kebutuhan tersebut. Terciptanya kepusan pelanggan dapat memberikan manafaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pemebelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, yang menguntungkan perusahaan (Tjiptono,2001:24).

DHD Farm adalah pusat budidaya ikan lele organik terbesar di Sumatra selatan, Jambi dan Lampung serta memiliki 13.064 dengan 3000 mitra lebih yang tersebar di 10 cabang DHD yaitu Palembang, Jambi, Banyuasin, Keluang, Sakotigo, kayuagung, Prabumulih, Baturaja dan Pagaralam. DHD Farm sebagai regulator dan konsultan perikanan air tawar terpadu, dalam menjalankan usahanya berpegang pada empat komponen utama yaitu pembudidayaan, pemberian pakan, bibit dan pemasaran.

Dalam pemasaran biasanya dihadapkan kepada masalah produk, harga, distribusi, promosi yaitu beberapa dan bagaimana bauran tersebut ditetapkan, hal ini supaya tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Disamping masalah tersebut biasanya masalah yang lain yaitu tentang keputusan pemebelian konsumen.

Setiap perusahaan yang pasti memilik naik turunnya konsumen maka dari itu DHD juga sama seperti yang lain memiliki jumlah yang meningkat dan tidak meningkat, Maka dari itu saya akan membahas hal tersebut. Jumlah yang meningkat karena harga dan promosi yang dimana mereka menarik konsumen dengan menggunakan multi media atau memasarkan produk agar masyarakat

mengenal apa itu DHD pengenalan itu melalui Iklan, Testimoni, dan Video. Jumlah tidak meningkat dikarenakan persaingan pedagang dan perusahaan yang lain, karena konsumen yang pasti memilih produk yang lebih murah dan ekonomis, maka dari itu yang mengakibatkan jumlah konsumen tidak meningkat.

DHD berdiri pada tahun 2019 yang dimana DHD terus gencar memasarkan produk agar masyarakat luas dapat mengenal DHD dan juga bisa menjadi mitra DHD Farm (pusat lele organik).

Tabel 1.1

Data Jumlah Konsumen PT DHD Mitra Indotama Palembang

Januari - Desember 2020

Tahun	Bulan	Jumlah
2020	Januari	502
2020	Febuari	413
2020	Maret	496
2020	April	464
2020	Mei	308
2020	Juni	255
2020	Juli	311
2020	Agustus	410
2020	September	550
2020	Oktober	766
2020	November	965
2020	Desember	2.280
Total		= 7.720

Sumber : PT DHD Mitra Indotama Palembang

Kesimpulan : dari data diatas adalah jumlah konsumen pada tahun 2020 mengalami peningkatan yang sangat pesat dari bulan Januari hingga desember terus mengalami peningatan.

Tabel 1.2

Daftar Jenis Produk dan Harga Tahun 2020

No	Nama Produk	Jumlah	Harga
1	Bibit Lele	25.00 ekor	Rp. 200 Ekor

Sumber : PT DHD Mitra Indotama Palembang

Penjelasan : jumlah produk lele adalah jumlah yang di berikan pada konsumen dengan harga yang sangat murah per-ekornya

Tabel 1.3

Jumlah Penjualan Berdasarkan Jenis Produk Tahun 2020

No	Nama Produk	Jumlah Penjualan	satuan
1	Bibit Lele	31.078	Ekor

Sumber : PT DHD Mitra Indotama Palembang

Penjelasan : Jumlah penjualan lele adalah dari bulan Januari hingga Desember 2020.

Jadi jelas bahwa pemasaran itu penting bagi perusahaan terutama dalam masa globalisasi ekonomi sekarang ini yang juga sangat berpengaruh dalam

kegiatan pemasaran. Melalui pemasaran, Hasil produksi dapat diperkenalkan, dan dibeli oleh konsumen apabila hasil produksinya baik. Kegiatan pemasaran bertujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam pembelian suatu produk.

Dalam melakukan pembelian, konsumen membutuhkan informasi tentang produk yang akan dibeli. Jika konsumen merasa puas, Ia akan memperlihatkan peluang besar untuk melakukan pembelian ulang. Seseorang konsumen yang merasa puas cenderung akan menyatakan hal-hal yang baik tentang produk dan perusahaan yang berangkutan kepada orang lain.

Dari uraian diatas peneliti dapat tertarik meneliti lebih jauh pembahasan tentang pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk Dhd. Maka dalam penelitian ini peneliti mengambil judul untuk meneliti lebih lanjut dalam bentuk skripsi dengan judul "PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMILIH PRODUK PT DHD MITRA INDOTAMA PALEMBANG"

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang permasalahan diatas penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang?
2. Apakah ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang ?

3. Apakah ada pengaruh promosi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang ?

1.3 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi secara simultan terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang.
2. Untuk mengetahui faktor yang paling dominan antara harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian produk PT DHD Mitra Indotama palembang
3. Untuk pengaruh harga dan promosi secara parsial terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat bagi peneliti

   Bagi peneliti sebagai bentuk penulisan dan sebagai pembelajaran yang diperoleh selama menempuh studi, khususnya manajemen pemasaran serta dapat mempelajari lebih dalam mengenai analisis strategi pemasaran PT DHD Mitra Indotama Palembang.
2. Bagi Perusahaan

   Diharapkan melalui penelitian ini dapat menjadi kontribusi pemikiran bagi perkembangan ekonomi manajemen pemasaran diindonesia serta diharapkan dapat memberi perubahan bagi perekonomian Indonesia secara umum. Selain itu, dapat juga sebagai acuan dalam mengatasi harga dan

promosi terhadap keputusan konsumen dalam memilih produk PT DHD Mitra Indotama Palembang.

3. Bagi Almamater

   Sebagai bahan penambahan pengetahuan mahasiswa dan hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan salah satu sumber informasi dalam penelitian yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

Fredyanto, Debby Natalia, 2018, **Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan di Bonnet Supermarket Surabaya**, Undergraduate, Universitas Khatolik Darma Cendika.

Hasan (2013 : 161**) Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan**, Yogyakarta, Penerbit : CAPS (*Center For Academic Publishing Service)*

Kasmirdan Jakfar, 2011, **Studi Kelayakan Bisnis**, edisi kedua, cetakan pertama, Penerbit: Prenada Media, Jakarta.

Kevin Yonatan harry miauw, 2016, **Motivasi Konsumen dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Wild**, Universitas Ciputra.

Kotler dan Keller (2012 : 411) **Manajemen Pemasaran**, Edisi 12, Jakarta, Penerbit : Erlangga

Kotler dan Keller (2016 : 179) **Maketing Manajemen**, Edisi 15, Penerbit : Person Education.Inc

Muchlisin Riadi (2016) **Pengertian dan Fungsi Perbankan,** Bandung, Penerbit : Alfabeta

Philip Kotler dan Gary Amstrong (2012 : 345) **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Edisi 13, Jilid 1, Jakarta : Erlangga

Philip kotler dan Amstrong (2010 : 11) **Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Jilid 1 dan 2, Edisi 12, Jakarta : Erlangga

Rahman (2010 : 79) **Paduan Pelaksanaan Adminitrasi Perpajakan Untuk Karyawan, Pelaku Bisnis dan Perusahaan,** Bandung : Nuansa

Rionaldo Prasetio dan Kazia Laturette, 2017, **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli Pada Bisnis Chepito Tour dan Travel**, Universitas Ciputra.

Sangadji dan Shopia (2013) **Perilaku Konsumen** : Pendekatan Praktis, Disertai : Himpunan Jurnal Penelitian, Yogyakarta, Penerbit : Andi

Santri Zulaicha dan Rusda Irawati, 2016, **Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam**, Politeknik Negeri batam, Kepulauan Riau.

Siregar, Syofian (2013 : 37) **Metode Penelitian Kuantitatif,** Jakarta, Penerbit : PT Fajar interpratama mandiri

Henry Simamora (2010 : 20) **Manajemen Sumber Daya Manusia,** Jakarta : Gramedia

Tjiptono (2015 : 387) **Strategi Pemasaran**, Edisi 4, Penerbit : Andi

Ciptrauceo (2015) **Perilaku Konsumen**, Definisi dan Proses Mengenali Konsumen, Http//ciptrauceo.net/blog/2015/11/perilaku konsumen

Sugiyono (2013 : 137) **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,** Bandung, Penerbit : Alfabenta

Sugiyono (2013 : 142) **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,** Bandung, Penerbit : Alfabenta

Sugiyono (2011 : 80) **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**, Bandung, Alfabenta

Sugiyono (2012 : 62) **Memahami Penelitian Kualitatif**, Bandung, Alfabenta

Arikunto (2010 : 262) **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek**, Jakarta : Rienka Cipta

Sugiyono (2013 : 59) **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,** Bandung : Alfabenta

Simamora (2010 : 177) **Pengambilan Keputusan Bisnis**, Jakarta : Salemba Empat

Sugiyono (2013 : 55) **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D,** Bandung : Alfabenta

Sunyoto (2012 : 251) Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran, Cetakan 1, Yogyakarta, CAPS (Center For Academic Publishing Service)

Agnes Ligia Prasitia Walukow, Lisbeth Manake, Janjent Sepang, **Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen DiBentenan Center Sonder Minahasa,** Universitas Sam Ratulangi, Manado

Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2010, ***Service, Quality dan Satisfaction***, Edisi pertama, Cetakan kelima, Penerbit: Andi, Yogyakarta.

Venia Afrilia Sari, 2017, **Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembeli Teh Siap Minum dalam Kemasan Teh Botol Sosro**, Universitas Diponegoro, Semarang.

Sugiyono (2014:121) **metode penelitian kuantatif, kualitatif dan R&D**, bandung : ALFABENTA