

**PENGARUH IKLAN TELEVISI DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(Studi pada sepeda motor Honda Beat Dealer Daya Motor Ciamis)**

**DRAF SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh

Oleh,

**ICHSAN ZAMZAM NOOR**

**3402180404**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNVIERSITAS GALUH**

**2022**

## ABSTRAK

**Ichsan Zamzam Noor, 2022. Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada sepeda motor Honda Beat Dealer Daya Motor Ciamis). Dibawah Bimbingan Ibu Dr. Hj. Aini Kusniawati, M.M.(Pembimbing I) dan Bapak Mukhtar Abdul Kader, S.E., M.M.(Pembimbing II).**

Penelitian ini difokuskan pada pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada Dealer Daya Motor Ciamis).

Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: 1) Bagaimana Pengaruh iklan televisi terhadap keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis? 2) Bagaimana Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Dealer Daya Motor Ciamis? 3) Bagaimana Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis?

Metode yang digunakan adalah metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 83 responden karena populasinya sebanyak 500 konsumen, yaitu konsumen yang berbelanja di Dealer Daya Motor Ciamis dari bulan januari sampai desember pada tahun 2021, sampel dihitung berdasarkan rumus slovin. Sedangkan analisis data yang digunakan yaitu analisis koefisien korelasi *product moment*, koefisien determinasi, uji t, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi berganda, uji F. Dari hasil penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa iklan televisi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis dengan besar pengaruh 49,84% dipengaruhi oleh iklan televisi dan harga, sedangkan sisanya sebesar 50,16% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis sebaiknya lebih memperhatikan lagi dalam hal model iklan, karena faktor tersebut sangat penting untuk menarik konsumen dalam pembelian, serta lebih memperhatikan lagi dalam aspek persepsi harga dalam pemahaman konsumen mengenai harga yang ditawarkan agar meningkatnya persepsi harga sepeda motor Honda Beat di benak para konsumen, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci : Iklan Televisi, Harga, Keputusan Pembelian.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xii</b>
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Identifikasi dan Rumusan Masalah .....	9
1.2.1 Identifikasi Masalah.....	9
1.2.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.4.2 Manfaat Praktis .....	11
 <b>BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS</b>	
2.1 Kajian Pustaka.....	13
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen .....	13
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	14
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen.....	15
2.1.1.3 Tujuan manajemen .....	16
2.1.1.4 Karakteristik Manajemen .....	18
2.1.1.5 Level Manajemen.....	20
2.1.1.6 Bidang-bidang Manajemen .....	22
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran .....	29
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran.....	30
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran .....	31
2.1.2.4 Strategi Pemasaran .....	34

2.1.2.5 Masalah-masalah dalam Pemasaran.....	35
2.1.2.6 Pemasaran Era Industri 4.0 .....	38
2.1.2.7 Bauran Pemasaran.....	41
2.1.2.8 Digital Marketing.....	42
2.1.3 Iklan .....	43
2.1.3.1 Pengertian Iklan .....	43
2.1.3.2 Fungsi Iklan.....	44
2.1.3.3 Tujuan Iklan .....	45
2.1.3.4 Iklan Media televisi.....	45
2.1.3.5 Indikator Iklan.....	45
2.1.4 Harga.....	47
2.1.4.1 Pengertian Harga.....	47
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga .....	47
2.1.4.3 Penentuan Strategi Penetapan Harga .....	48
2.1.4.4 Indikator Harga .....	49
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	50
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan.....	50
2.1.5.2 Proses Keputusan Pembelian .....	51
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian .....	51
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	52
2.2 Kerangka Pemikiran.....	52
2.2.1 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian .....	54
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian.....	55
2.2.3 Pengaruh Iklan Tevelisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
2.3 Hipotesis Penelitian.....	57
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Metode Penelitian.....	58
3.2 Definisi dan Operasional Variabel .....	59
3.2.1 Definisi Variabel .....	59
3.2.2 Operasional Variabel.....	61
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian .....	62
3.3.1 Populasi .....	62
3.3.2 Sampel.....	63

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan .....	64
3.4.1 Sumber Data .....	64
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data .....	65
3.5 Teknik Analisis Data .....	66
3.5.1 Analisis Deskriptif .....	66
3.5.2 Analisis Verifikatif .....	68
3.5.2.1 Analisis Pengaruh Iklan Televisi terhadap Keputusan Pembelian .....	68
3.5.2.2 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian ..	71
3.5.2.3 Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	74
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian .....	78
3.6.1 Tempat Penelitian .....	78
3.6.2 Waktu Penelitian .....	78

#### **BABIV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Hasil Penelitian .....	79
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	79
4.1.1.1 Visi dan Misi Dealer Daya Motor Ciamis .....	80
4.1.1.2 Struktur Organisasi .....	80
4.1.1.3 Job Description Dealer Daya Motor Ciamis .....	82
4.1.2 Karakteristik Responden .....	83
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	84
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	85
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	86
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan .....	87
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti .....	88
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Iklan Televisi Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis .....	89
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Harga Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis .....	101
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis .....	109
4.1.4 Pengujian Hipotesis .....	115

4.1.4.1 Analisis Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian .....	115
4.1.4.2 Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	122
4.1.4.3 Analisis Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	130
4.2 Pembahasan.....	143
4.2.1 Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis .....	143
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis.....	144
4.2.3 Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis .....	145
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan.....	147
5.2 Saran.....	149
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>150</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

#### DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Top Brand Index Fase 1 2021 Sepeda Motor Matic</i> <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.1 Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 2.2 Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.1 Operasionalisasi Variabel .....
Tabel 3.2 Pembobotan Nilai Jawaban..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.3 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 3.4 Agenda Kegiatan Penelitian..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.1 Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.2 Pesan yang disampaikan pada iklan sepeda motor Honda Beat sangat jelas kepada konsumen..... <b>Error! Bookmark not defined.</b>
Tabel 4.3 Konsumenn mengerti maksud dari pesan sepeda motor Honda Beat .....
<b>Error! Bookmark not defined.</b>

- Tabel 4.4 Naskah Iklan Honda Beat mengajak dan membeli sepeda motor Honda Beat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.5 Tampilan iklan Honda Beat sangat menarik**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.6 Tampilan iklan mendukung dengan karakter sepeda motor Honda Beat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.7 Iklan Honda Beat menarik karena dibintangi artis terkenal**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.8 Bintang iklan yang dipilih menarik konsumen untuk melakukan pembelian sepeda motor Honda Beat**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.9 Kombinasi warna yang ditampilkan sesuai dengan karakter sepeda motor Honda beat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.10 Musik yang energik pada iklan mendukung karakter Honda Beat .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.11 Rekapitulasi responden mengenai Iklan Televisi Honda Beat Daeler Daya Motor Ciamis .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.12 Interpretasi Mengenai Iklan Televisi pada Dealer Daya Motor Ciamis .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.13 Harga yang ditawarkan Honda Beat sesuai dengan manfaat yang diberikan .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.14 Harga Honda Beat pada Dealer Daya Motor Ciamis dikategorikan standar.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.15 Harga Honda Beat pada Dealer Daya Motor Ciamis dapat bersaing dengan Dealer lainnya.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.16 Harga yang ditawarkan Honda Beat terjangkau oleh konsumen**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.17 Harga yang ditawarkan Honda Beat memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.18 Harga yang ditawarkan Honda Beat sesuai dengan kualitas produk yang diberikan.....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.19 Rekapitulasi responden mengenai Harga Honda Beat Daeler Daya Motor Ciamis .....**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.20 Interpretasi Mengenai Harga pada Dealer Daya Motor Ciamis**Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.21 Saya membeli Honda Beat karena produknya yang berkualitas **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.22 Saya membeli Honda Beat karena harganya yang terjangkau untuk dibeli ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.23 Pelayanan yang diberikan Dealer Daya Motor Ciamis membuat saya nyaman untuk membeli Honda Beat **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.24 Rekapitulasi responden mengenai Keputusan Pembelian Honda Beat Daeler Daya Motor Ciamis ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Interpretasi Mengenai Keputusan Pembelian pada Dealer Daya Motor Ciamis ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Rekap Hasil Analisis Deskriptif. **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Data Variabel Iklan Televisi ( $X_1$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.28 Pedoman Untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Data Variabel harga ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Pedoman Untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Data Variabel Iklan Televisi ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) Terhadap keputusan Pembelian (Y) ..... **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Rekapitulasi Analisis Verifikatif **Error! Bookmark not defined.**



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Motor Honda Beat Tahun 2021 .....	8
Gambar 2.1 Diagram Tingkat Manajemen .....	20
Gambar 2.2 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap .....	50
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian.....	52
Gambar 4.1 Struktur Organisasi .....	56
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	83
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	84
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	85
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	86

## **Lampiran-lampiran**

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Jawaban Instansi Penelitian

Lampiran 3 Data Penguat Masalah

Lampiran 4 Data Sampel

Lampiran 5 Kuesioner

Lampiran 6 Rekap Data Identitas responden

Lampiran 7 Rekap Data Jawaban Responden

Lampiran 8 Data SPSS

Lampiran 9 Distribusi T

Lampiran 10 Distribusi F

Lampiran 11 Riwayat Hidup

## DAFTAR PUSTAKA

- Alim, A.S dan Budiarti, E. 2021. *Peran Iklan Televisi dan Celebrity Endorsment Pond's Terhadap Purchase Intention*. Surabaya: Sukolilo.
- Anwar, I. 2015, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : PT. Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama
- Daryanto. 2012. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*, Bandung.
- Daya Motor Ciamis. *Laporan Penjualan Juli-Desember 2021*. Ciamis.
- Destriyanti, Dhera, A.P. 2015. *Pengaruh Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mahasiswi yang Menggunakan Pond's White Beauty pada Jurusan Administrasi Bisnis Strata S-1 Angkatan 2009/2010 dan 2010/2011 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang)*
- Erdalina, W. 2018, *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Iklan Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Merek Citra Hand And Body Lotion Di Pariaman*. STIE, Sumbar Pariaman,
- Febriana C.N. , Kumadji, S., & Mawardi M.K (2015), *Pengaruh Iklan terhadap Kesadaran Merek serta Dampaknya pada Keputusan Pembelian*. Universitas Brawijaya
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Fiani S Margaretha. 2013. *Analisis Pengaruh Food Quality Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Roti Kecil Toko Roti Ganep's Di Kota Solo*. Universitas Kristen Petra. Surabaya
- Fure, H. 2013, *Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya Terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca*, Fakultas Ekonomidan Bisnis, Jurusan Manajemen Universitas Sam Ratulangi, Manado.
- G. R. Terry. 2010. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Pertama. Cetakan.Pertama.Jakarta:Penerbit Kencana.
- Hanafi, M. 2011. *Manajemen* Edisi ketiga. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STI manajemen YKPN p.62
- Handoko, T. Hani. 2009. *Manajemen*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Harahap, Dedy Ansari. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan*. Fakultas Ekonomi UISU, Sumatra Utara: Medan

- Hasibuan, S.P Malayu, 2013 *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hasibuan, S.P Malayu. 2012. *Manajemen SDM*. Edisi Revisi, Cetakan Ke Tigabelas. Jakarta : Bumi Aksara
- Hasibuan, S.P Malayu. 2014. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Hastuti dan Anasrulloh, M. 2020. *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian* *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Bhinneka PGRI
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gosyeng Publising
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Periklanan Komunikasi Pemasaran* terpadu. Jakarta: Kencana.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Indriantoro, Nur., dan Supomo, Bambang. 2013. *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Jefkins. 2009. *Periklanan Edisi ke-3*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Kasali, R. 2018. *Manajemen Periklanan*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Kholijah, Siti. 2018. *Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Sunsilk Hijab*. Padang: institute Agama Islam Negeri Padangsidempuan.
- Kotler, Keller. 2016. *Marketing Management (Global Edition)*. Edisi 15e. England Pearson.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip and Amstrong, Garry. 2008. *Principles of Marketing*. Jilid 1: Erlangga Jakarta
- Kotler, Philip and Amstrong, Garry. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson Education Limited
- Kotler, Philip, dan Amstrong, Garry. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi ke-12 Cetakan Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2004. *Marketing Management, The Millenium Edition*. Englewood Cliffs, New Jersey : Prentice Hall.
- Lubis Desy I. D., dan Hidayat, Hidayat. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Medan.
- Lubis, Leoni Putri. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Surat Barisan Hijau Harian*. Medan.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat.
- Marius, Angipora P. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada

- Mayasari, N. 2014. *Aspek Perlinfungan Anak dalam Iklan Televisi : Kajian Terhadap Iklan Televisi yang Melanggar Kode Etik Periklanan*. Bantul : Yogyakarta.
- Morissan, A. 2007. *Periklanan Komunikasi Pemasaran*. Terpadu. Jakarta : Ramdina
- Nancy M. N. Togas, et,al. 2014. *Periklanan, Penjualan Pribadi, Promosi Penjualan, Dan Publisitas Terhadap Keputusan Pembelian Pada Penerbit Andi Cabang Manado*. Dalam Jurnal EMBA. Voi 2 (4), 11 him. Tersedia :<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/6372>. [12Desember 2019]
- Nashar. 2013. *Dasar-dasar Manajemen*. Surabaya: Penerbit Pena Salsabila
- Nashar. 2013. *Dasar Dasar Mamajemen*. Surabaya: Penerbit Pen Salsabila.
- Nugroho, Dian Ari. 2017. *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis Publik dan Niralaba*. Malang: Cetakan Pertama. UB press.
- Panjaitan, A. O. Y. dan Sudiro, A. 2013. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Waroeng Steak and Shake (Studi Kasus Pada Waroeng Steak and Shake Soekarno – Hatta, Kota Malang)*. Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya, Malang.
- Payne, Adrian. 2013. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Pebrianti, Wenny. 2020. *Digital Marketing, eWOM, Brand awareness dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial, Vol 11.
- Prasetyo, H dan Sutopo, W. 2018. *Industry 4.0 Telah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset*. Jurnal Teknik Industri, 13(1). 17-26. Diakses 06-07-2022
- Putri, Budi Rahayu Tanam. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Putrid, Prisma miardi. 2022. *Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian*. Jurnal Ekonomi Syariah Vol 5 No. 1 Januari 2022
- Rahayu, L.S. 2019. *Pengaruh Promotion Mix Terhadap Keputusan Pembelian*. Universitas Galuh Ciamis
- Rahmania, Revinda Ayu. 2015. *Pengaruh promotion mix terhadap keputusan pembelian tiket pada event Indonesia fashion week 2015*. Universitas Telkom
- Rohman, Abd. 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Malang: Penerbit Inteligencia Media.
- Septiyanto Ixfan Bayu. 2016. *Pengaruh Brand Ambassador, Tagline, Dan Jingle Iklan Versi Iklan Televisi Terhadap Brand Awareness (Studi pada Pengguna Produk Yamaha Motor)* Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah: Purworejo
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulis Rahmawanto. 2021. *Manajemen Pemberian Reward Dan Punishment Kepada Peserta Didik Di Smp Islam Al-Kahfi Somalangu Kebumen*. Program Pascasarjana IAINU Kebumen:Kebumen
- Sundarapandi S., Karoor PJ, 2015, *Edge Effects on plant Diversity in tropical forest ecosystem at Periyar Wildlife sanctuary in the Westren Ghats of India*. J Forest Res 24(3):403-418
- Sunyoto, D. 2014. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Tjiptono. 2011. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi offset
- Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, Edisi Kedua, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta
- TOP BRAND INDEX FASE 1 2021: <https://www.topbrand-award.com/en/2021/02/sepeda-motor-matic-fase-1-2021/>.
- Wibowo, S. F dan Karima, M. P. 2012. *Pengaruh iklan televisi dan harga terhadap keputusan pembelian*. Jakarta: Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
- Wijaya, C dan Rifa'i, M. 2016. *Dasar Dasar Manajemen*. Medan: Penerbit Perdana Publishing
- Wulan. 2013. *Masalah Pemasaran*. Tersedia <http://wulanwdy.blogspot.com/2013/12/masalah-pemasaran.html=1>
- Yuliani, Y. 2020. *Pengaruh Televisi Adversiting dan Publicity Terhadap Keputusan Pembelian*. Ciamis: Penerbit Universitas Galuh Ciamis