

**PENGARUH PROMOSI 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 Promosi 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 promosi dan harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada sepeda motor Honda Beat Dealer Daya Motor Ciamis). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini adalah: Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis, bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian Dealer Daya Motor Ciamis, dan bagaimana pengaruh promosi 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 promosi dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis dengan besar pengaruh 54,70% dipengaruhi oleh promosi dan harga, sedangkan sisanya sebesar 45,30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian di Dealer Daya Motor Ciamis sebaiknya lebih memperhatikan lagi dalam hal penjualan pribadi, karena faktor tersebut sangat penting untuk menarik konsumen dalam pembelian, serta lebih memperhatikan lagi dalam aspek kualitas produk yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumen yang akan meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Promosi, Harga, Keputusan Pembelian.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
 BAB I PENDAHULUAN	
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
 BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS	
2.1 Kajian Pustaka.....	12
2.1.1 Teori Ilmu Manajemen	12
2.1.1.1 Pengertian Manajemen.....	13
2.1.1.2 Fungsi-fungsi Manajemen.....	14
2.1.1.3 Tujuan manajemen	15
2.1.1.4 Karakteristik Manajemen	18
2.1.1.5 Level Manajemen.....	20
2.1.1.6 Bidang-bidang Manajemen	21
2.1.2 Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.1 Pengertian Manajemen Pemasaran	25
2.1.2.2 Fungsi Pemasaran.....	30
2.1.2.3 Tujuan Pemasaran	31
2.1.2.4 Strategi Pemasaran	33
2.1.2.5 Bauran Pemasaran.....	35
2.1.2.6 Masalah-masalah dalam Pemasaran.....	36
2.1.2.7 Pemasaran Era Industri 4.0	38
2.1.2.8 Digital Marketing.....	41
2.1.3 Promosi	43
2.1.3.1 Pengertian Promosi	43
2.1.3.2 Fungsi Promosi.....	44
2.1.3.3 Tujuan Promosi	45
2.1.3.4 Faktor-faktor yang mempengaruhi Promosi	46
2.1.3.5 Indikator Promosi.....	47
2.1.4 Harga.....	48

2.1.4.1 Pengertian Harga.....	48
2.1.4.2 Tujuan Penetapan Harga	49
2.1.4.3 Penentuan Strategi Penetapan Harga	50
2.1.4.4 Indikator Harga	51
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	51
2.1.5.1 Pengertian Kepuasan.....	51
2.1.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian	52
2.1.5.3 Proses Keputusan Pembelian	56
2.1.5.4 Indikator Keputusan Pembelian	57
2.1.6 Penelitian Terdahulu yang Relevan	57
2.2 Kerangka Pemikiran	59
2.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	59
2.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian.....	60
2.2.3 Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	61
2.3 Hipotesis Penelitian.....	63

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian.....	64
3.2 Definisi dan Operasional Variabel	65
3.2.1 Definisi Variabel.....	65
3.2.2 Operasionalisasi Variabel	67
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian	68
3.3.1 Populasi.....	68
3.3.2 Sampel.....	69
3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.1 Sumber Data.....	71
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	72
3.5 Teknik Analisis Data	73
3.5.1 Analisis Deskriptif	73
3.5.2 Analisis Verifikatif.....	78
3.5.2.1 Analisis Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian dan Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
3.5.2.2 Analisis Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	85
3.6 Tempat dan Waktu Penelitian	
3.6.1 Tempat Penelitian	90
3.6.2 Waktu Penelitian.....	90

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian.....	91
4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	91
4.1.1.1 Visi dan Misi Dealer Daya Motor Ciamis.....	92
4.1.1.2 Struktur Organisasi.....	92
4.1.1.3 Job Description Dealer Daya Motor Ciamis	94
4.1.2 Karakteristik Responden.....	95
4.1.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
4.1.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	97
4.1.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ..	98
4.1.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Honda Beat.....	99
4.1.3 Deskripsi Variabel Yang Diteliti	100
4.1.3.1 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Promosi Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis	100
4.1.3.2 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Harga Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis.....	118
4.1.3.3 Deskripsi Hasil Penelitian Tentang Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis.....	135
4.1.4 Pengujian Hipotesis	147
4.1.4.1 Analisis Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dan Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	147
4.1.4.2 Analisis Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	163
4.2 Pembahasan.....	174
4.2.1 Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis	174
4.2.2 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis.....	175
4.2.3 Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Honda Beat di Dealer Daya Motor Ciamis	176

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	178
5.2 Saran.....	179

DAFTAR PUSTAKA.....	180
----------------------------	------------

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	<i>Top Brand Index Fase 1 2021 Sepeda Motor Matic</i>	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 1.2	Kuesioner Pra Survei Keputusan Pembelian Kepada Konsumen Dealer Daya Motor Ciamis	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 2.1	Fungsi Manajemen Menurut Para Ahli.....	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 2.2	Hasil Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.1	Operasionalisasi Variabel	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.2	Data Konsumen Dealer Daya Motor Ciamis	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.3	Pembobotan Nilai Jawaban.....	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.4	Pilihan Jawaban dan Skor Skala Liker	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.5	Pedoman Interpretasi	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.6	Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi..	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 3.7	Agenda Kegiatan Penelitian.....	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 4.1	Kriteria Penafsiran Kondisi Variabel Penelitian	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 4.2	Brosur iklan Honda Beat Dealer Daya Motor Ciamis tersebar di seluruh wilayah Ciamis.....	Error!
	Bookmark not defined.	
Tabel 4.3	Iklan Honda Beat yang dilakukan Dealer Daya Motor Ciamis memiliki daya tarik yang unik, baik gaya bahasa yang digunakan, maupun cara menyampaikan pesan	Error!
	Bookmark not defined.	

- Tabel 4.4 Iklan Honda Beat yang dilakukan Dealer Daya Motor Ciamis menyampaikan pesan tentang produknya dengan bahasa yang jelas dan mudah dimengerti **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.5 Persentase produk Honda Beat yang dilakukan oleh karyawan mampu menarik minat konsumen untuk membeli Honda Beat **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.6 Penjualan secara personal memudahkan saya mendapatkan sepeda motor Honda Beat..... **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.7 Penjelasan mengenai Honda Beat selalu disampaikan dengan baik oleh karyawan **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.8 Promosi penjualan yang dilakukan Dealer Daya Motor Ciamis mengenai Honda Beat sering dijumpai atau sering diadakan..... **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.9 Konsumen membeli Honda Beat karena tertarik dengan diskon yang diberikan Dealer Daya Motor Ciamis **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.10 Dealer Daya Motor Ciamis sering memberikan hadiah atau Adrianto souvenir pada saat pembelian Honda Beat **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.11 Dealer Daya Motor Ciamis melakukan pemasaran langsung mengenai motor Honda Beat **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.12 Pemasaran langsung yang dilakukan mampu menarik minat konsumen untuk membeli..... **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.13 Pemasaran langsung mengenai Honda Beat sangat maksimal.. **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.14 Press Release atau siaran pers mengenai Honda Beat sering dilakukan. **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.15 Press Release atau siaran pers bisa diliikuti baik online maupun offline
 **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.16 Dealer Daya Motor Ciamis melakukan publikasi Honda Beat dengan
 tujuan menarik minat konsumen **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.17 Rekapitulasi responden mengenai Promosi Honda Beat Daeler Daya
 Motor Ciamis **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.18 Interpretasi Mengenai Promosi pada Dealer Daya Motor Ciamis **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.19 Harga yang ditawarkan Honda Beat sesuai dengan manfaat yang diberikan
 **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.20 Motor Honda Beat mudah digunakan oleh remaja maupun orang tua...
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.21 Motor Honda Beat mudah untuk membawa barang **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.22 Harga Honda Beat pada Dealer Daya Motor Ciamis dikategorikan standar
 **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.23 Harga Honda Beat pada Dealer Daya Motor Ciamis dapat bersaing dengan
 Dealer lainnya **Error!**
Bookmark not defined.
- Tabel 4.24 Manfaat yang diberikan membuat saya berfikir motor Honda Beat lebih
 mahal dari motor lain
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.25 Harga yang ditawarkan Honda Beat terjangkau oleh konsumen
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.26 Harga Honda Beat terjangkau untuk pelajar atau mahasiswa...
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.27 Harganya yang murah motor Honda Beat menarik untuk dibeli
 **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.28 Harga Honda Beat lebih murah dari motor lain
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.29 Persaingan harga yang ketat membuat konsumen harus berfikir lebih
 untuk membeli.....
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.30 Harga yang ditawarkan Honda Beat memiliki daya saing dengan harga
 yang ditawarkan pesaing
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.31 Harga yang ditawarkan Honda Beat sesuai dengan kualitas produk yang
 diberikan.....
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.32 Sepeda Motor Honda Beat berfungsi dengan baik disegala kondisi.....
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.33 Motor Honda Beat tidak mudah rusak atau mogok
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.34 Rekapitulasi responden mengenai Harga Honda Beat Daeler Daya Motor
 Ciamis
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.35 Interpretasi Mengenai Harga pada Dealer Daya Motor Ciamis
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.36 Dealer daya motor ciamis memberikan informasi yang lengkap
 mengenai Honda Beat
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.37 Dealer Daya Motor Ciamis memberikan informasi melalui melalui
 offline maupun online
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.38 Saya membeli Honda Beat karena simpel.....
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.39 Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan
 kebutuhan.....
 **Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.40 Saya membeli sepeda motor Honda Beat karena sesuai dengan keinginan

 **Error! Bookmark not defined.**

- Tabel 4.41 Sepeda motor Honda Beat memenuhi ekspektasi saya.....
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.42 Saya membeli Honda Beat karena orang lain berpendapat gesit
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.43 Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Honda Baeat karena
 adanya pengaruh atau dorongan dari kerabat atau keluarga
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.44 Saya termotivasi membeli Honda Beat karena orang lain banyak
 berpendapat irit
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.45 Rekapitulasi responden mengenai Keputusan Pembelian Honda Beat
 Daeler Daya Motor Ciamis
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.46 Interpretasi Mengenai Keputusan Pembelian pada Dealer Daya Motor
 Ciamis
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.47 Rekap Hasil Analisis Deskriptif.....
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.48 Data Variabel Promosi (X1) Terhadap Keputusan Pembelian .
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.49 Pedoman Untuk memberikan Interpretasi KoefisienKorelasi ..
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.50 Data Variabel Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.51 Pedoman Untuk memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi .
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.52 Data Variabel Promosi (X1) dan Harga(X2) Terhadap
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.53 Interpretasi Tingkat Koefisien Korelasi.....
**Error! Bookmark not defined.**
- Tabel 4.54 Rekapitulasi Analisis Verifikatif.....
**Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penjualan Motor Honda Beat Tahun 2021	6
Gambar 2.1 Diagram Tingkat Manajemen	21
Gambar 2.2 Digital Marketing Landscape	43
Gambar 2.3 Proses Pembelian Konsumen Model Lima Tahap	53
Gambar 2.4 Paradigma Penelitian.....	60
Gambar 4.1 Struktur Organisasi	92
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	95
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	96
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	97
Gambar 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Tipe Honda Beat.....	98

Lampiran-lampiran

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian

Lampiran 2 Surat Jawaban Instansi Penelitian

Lampiran 3 Fakta Masalah

Lampiran 4 Visi Misi Dealer Daya Motor Ciamis

Lampiran 5 Surat Pengantar Pra Survei

Lampiran 6 Surat Jawaban Instansi Pra Survei

Lampiran 7 Data Populasi

Lampiran 8 Rekap Data Identitas responden

Lampiran 9 Surat Pengantar Survei Penelitian

Lampiran 10 Rekap Data Jawaban Responden

Lampiran 11 Data Uji Validitas

Lampiran 12 Data SPSS

Lampiran 13 Distribusi T

Lampiran 14 Distribusi F

Lampiran 15 Riwayat Hidup

DAFTAR PUSTAKA

- Adrianto A. 2022. *Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Dancaw. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Malang*. Diakses 08/29/2022. *Insight Management Journal*, 2 (3) (2022) 91-99. Diakses 08/29/2022.
- Anwar, I. 2015, *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Surabaya. Diakses 06-04-2022.
- Arianty, dkk. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*, Yogyakarta : PT. Rineka Cipta
- Assauri, Sofjan. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali-Gramedia Pustaka Utama
- Assauri. 2014. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: Rajawali Pers.
- Daryanto, dan Mulyo Rahardjo. 2012. *Model Pembelajaran Inovatif*. Yogyakarta: Gava Media.
- Daryanto. 2012. *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera*, Bandung.
- Daya Motor Ciamis. *Laporan Penjualan anuari-Desember 2021*. Ciamis.
- Dharmmesta Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. BPFE : Yogyakarta
- 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. Diakses 09-06-2022
- 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. Diakses 02-06-2022
- Hanafi, M. 2011. *Manajemen Edisi ketiga*. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan STI manajemen YKPN p.62
- Handoko. 2015. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan Pertama. Bandung: Pustaka Setia, Bandung.
- Harahap, Dedy Ansari. 2015. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen di Pajak Usu (PAJUS) Medan*. Fakultas Ekonomi UISU, Sumatra Utara: Medan. Diakses 06-07-2022
- 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. Diakses 06-07-2022
- Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic Marketing (Dasar-dasar Marketing) Cara Mudah Memahami Ilmu Pemasaran*. Yogyakarta : Gasyeng Publising. Diakses 06-07-2022.
- Hermawan, Ahmad Fambang. 2018. *Pengaruh kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Beat Dealer MPM Motor Kalisat-Jember*. Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
- Hery. 2019. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Penerbit PT. Grasindo.
- Kotler dan Keller. 2014. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi Ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Armstrong. 2016. *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition*. England. Pearson Education Limited.
- Kotler, P., dan Keller, K.L. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Education, Inc.

- Kotler, Philip, dan Armstrong, Garry. 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi ke-12 Cetakan Pertama. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks
- Lubis Desy I. D., dan Hidayat, Hidayat. 2017. *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan*. Medan. Diakses 21-04-2022
- Lubis, Leoni Putri. 2015. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar pada PT. Surat Barisan Hijau Harian*. Medan.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. 2010. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Malau Herman. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Alfabeta, Bandung.
- Marius, Angipora P. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- 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>. Diakses 06-07-2022
- Nashar. 2013. *Dasar-dasar Manajemen*. Surabaya: Penerbit Pena Salsabila
- Nugroho, Dian Ari. 2017. *Pengantar Manajemen Untuk Organisasi Bisnis Publik dan Niralaba*. Malang: Cetakan Pertama. UB press. Diakses 16-04-2022
- Pane Dewi Nurmasari. 2018. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Pembelian Teh Botol Sosro*. Universitas Pembangunan Pasca Budi. Vol. 9 No. 1 Juni 2018. ISSN: 2088-3145. Diakses 20-9-2022.
- 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. Diakses 05-06-2022
- 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. Diakses 06-07-2022
- Pradana, Dedhy. 2017. *Pengaruh Harga Kualitas Produk dan citra merek Brand Image terhadap keputusan pembelian motor*. Volume 14 (1) 2017. Diakses 25-09-2022
- Putri, Budi Rahayu Tanam. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar: Fakultas Peternakan Universitas Udayana.
- Putri, 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. Diakses 06-07-2022
- Rahmania, Revinda Ayu. 2015. *Pengaruh promotion mix terhadap keputusan pembelian tiket pada event Indonesia fashion week 2015*. Universitas Telkom. Diakses 06-07-2022
- Rohman, Abd. 2017. *Dasar Dasar Manajemen*. Malang: Penerbit Inteligencia Media.
- Sanjaya Surya. 2015. *Pengaruh Promosi dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sinar Sosro Medan*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis. Vol. 16, No. 02, Oktober 2015. Diakses 08/29/2022.
- Saputra, Rizal Ramdani. 2021. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Produk Terhadap keputusan Pembelian*. Fakultas Ekonomi. Universitas Galuh Ciamis.
- Selang Cristian, 2013. *Bauran Pemasaran (marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyaitas Konsumen pada Fresh Mart Bahu Mall Manado*. dalam Jurnal Emba, Vol 1 No.3 Juni.

- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: ALFABETA.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet
- Sugiyono. 2018. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode penelitian Manajemen*. 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. Diakses 06-07-2022
- Sunyoto, D .2014. *Dasar Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru. http://repository.upi.edu/17628/4/S_MBS_1001311_Bibliography
- Suprihanto, John. 2014. *Manajemen*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press
- Sutopo, W. Prasetyo, H dan 2018. *Industry 4.0 Telah Klasifikasi Aspek dan Arah Perkembangan Riset*. Jurnal Teknik Industri, 13(1). 17-26. Diakses 06-07-2022.
- Tampubolon. 2018. *Manajemen Operasi dan Rantai Pemasok*. Penerbit Mitra Wacana Media, Jakarta.
- 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/>. Diakses 11-04-2022.
- Tulanggow S.G., Tumbel T.M., Walangitan O. 2019. *Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT. Shopee International Indonesia Di Kota Manado*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 9. No. 3, 2019. Diakses 08/29/2022.
- Wijaya, C dan Rifa'i, M. 2016. *Dasar Dasar Manajemen*. Medan: Penerbit Perdana Publishing. Diakses 08-05-2022
- Wulan. 2013. *Masalah Pemasaran*. Tersedia <http://wulanwdy.blogspot.com/2013/12/masalah-pemasaran.html=1> Diakses 12-06-2022