

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INVENTORY GAME LEAGUE  
OF LEGENDS: WILD RIFT**

**SKRIPSI**



**OLEH:**

**ANDREAS YUDHA WIBOWO**

**11150073**

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2021**

**HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Andreas Yudha Wibowo

11150073

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

2021

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI  
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andreas Yudha Wibowo  
NIM : 11150073  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demikian pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INVENTORY GAME LEAGUE OF  
LEGENDS: WILD RIFT”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta  
Pada Tanggal : 2 Februari 2022

Yang menyatakan

(Andreas Yudha Wibowo)

NIM.11150073

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

### **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INVENTORY GAME LEAGUE OF LEGENDS: WILD RIFT”**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**ANDREAS YUDHA WIBOWO 11150073**

dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas



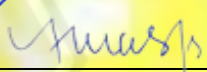
Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk menerima salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada tanggal 7 Januari 2022

Nama Dosen

1. Jonathan Herdioko, SE., MM  
(Ketua Tim Penguji/ Dosen Pembimbing)
2. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl. Secr, M.M.  
(Dosen Penguji)
3. Dra. Purwani Retno Andalas, MM  
(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_  
  
\_\_\_\_\_

Yogyakarta, 31 Januari 2022

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis  
Manajemen



  
Dr. Perminas Pangeran, SE., M. Si

Ketua Program Studi



Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph. D

## HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul : **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SKIN INVENTORY GAME LEAGUE OF LEGENDS: WILD RIFT.**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat demi menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, merupakan bukan hasil tiruan ataupun duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya (terdapat dalam jurnal ini).

Apabila di kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiarisme atau tiruan dari karya lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 8 Desember 2021



Andreas Yudha Wibowo (11150073)

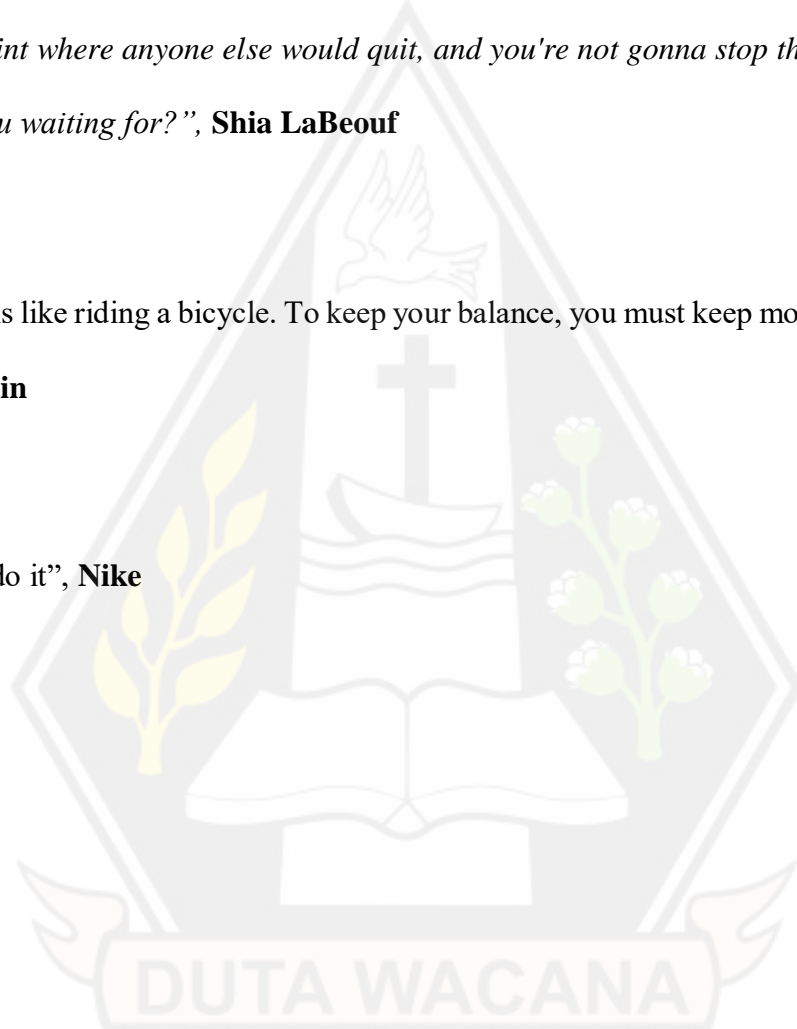
DUTA WACANA

## HALAMAN MOTTO

*“Don't let your dreams be dreams. Yesterday, you said tomorrow. So just do it. Make your dreams come true. Just do it. Some people dream of success, while you're gonna wake up and work hard at it. Nothing is impossible. You should get to the point where anyone else would quit, and you're not gonna stop there. No, what are you waiting for?”*, **Shia LaBeouf**

*“Life is like riding a bicycle. To keep your balance, you must keep moving”*, **Albert Einstein**

*“Just do it”*, **Nike**



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan dengan bangga dan penuh rasa syukur kepada:

Tuhan Yesus Kristus atas penyertaannya, kasih dan kekuatannya segala macam kesulitan dan hambatan yang dialami dalam proses pengerjaan hingga penyelesaian, skripsi ini mampu dilalui.

Seluruh keluarga penulis terutama kedua orang tua, ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan moril maupun materi dan teman-teman penulis yang selalu memberikan dukungan doa untuk kesuksesan penulis dan selalu menjadi penyemangat juga motivasi penulis untuk mengejar cita-cita.

Dosen pembimbing penulis, Bapak Jonathan Herdioko, SE., MM. yang selama proses penyusunan skripsi menuntun dan mengarahkan penulis, serta memberikan bimbingan dan pelajaran yang tiada ternilai harganya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.


## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas cinta kasih dan berkat-Nyalah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul: **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INVENTORY GAME LEAGUE OF LEGENDS: WILD RIFT**. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk mamenuhi sebagian dari syarat guna memperoleh gelar sarjana S-1 Fakultas Bisnis Prodi Manajemen, Universitas Kristen Duta Wacana, Yogyakarta. Untuk itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Orang Tua dan Keluarga penulis yang selalu memberikan nasihat, kasih sayang dan semangat kepada penulis selama masa penyusunan skripsi.
2. Teman-teman se-angkatan 2015 yang selalu Bersama dan mendukung penulisan skripsi.
3. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang banyak membantu penulis hingga terselesaikannya skripsi ini.

Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang luas dan berguna bagi penulis serta semua pihak yang terkait. Terima kasih.

Yogyakarta, 8 Desember 2021



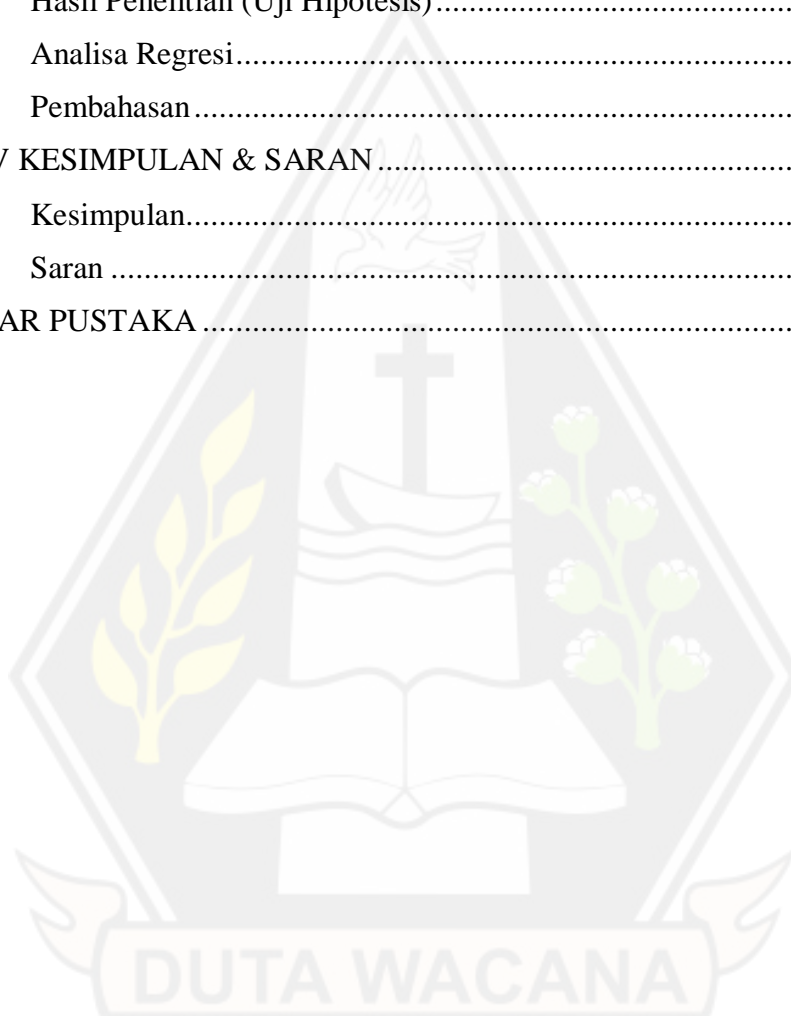
Andreas Yudha Wibowo



## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Batasan Masalah Penelitian.....	6
BAB II LANDASAN TEORI .....	7
2.1. Kualitas Produk .....	7
2.2. Promosi .....	11
2.3. Persepsi Harga .....	12
2.4. Keputusan Pembelian.....	15
2.5. Penelitian Terdahulu .....	19
2.6. Kerangka Penelitian.....	22
2.7. Hipotesis.....	23
BAB III METODE PENELITIAN .....	24
3.1. Jenis Penelitian .....	24
3.2. Subjek dan Objek Penelitian .....	24
3.3. Populasi dan Sampel .....	24
3.4. Teknik Sampling.....	26

3.5. Sumber Data.....	26
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	27
3.7. Definisi Operasional .....	27
3.8. Pengukuran Variabel.....	30
3.9. Metode Analisa Data .....	30
<b>BAB IV ANALISA DATA.....</b>	<b>37</b>
4.1. Uji Instrumen Penelitian .....	37
4.2. Hasil Penelitian (Uji Hipotesis).....	40
4.3. Analisa Regresi.....	53
4.4. Pembahasan.....	59
<b>BAB V KESIMPULAN &amp; SARAN.....</b>	<b>62</b>
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>64</b>



## DAFTAR TABEL

Daftar Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	19
Daftar Tabel 3.1 Definisi Operasional .....	27
Daftar Tabel 4.1 Rangkuman Validitas Variabel Independent .....	37
Daftar Tabel 4.2 Rangkuman Validitas Variabel Dependen.....	38
Daftar Tabel 4.3 Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas .....	39
Daftar Tabel 4.4 Personalitas Responden menurut Jenis Kelamin.....	40
Daftar Tabel 4.5 Personalitas Responden menurut Pendidikan .....	41
Daftar Tabel 4.6 Personalitas Responden menurut Umur.....	42
Daftar Tabel 4.7 Personalitas Responden menurut Pekerjaan .....	43
Daftar Tabel 4.8 Personalitas Responden menurut Penghasilan .....	44
Daftar Tabel 4.9 Personalitas Responden menurut Frekuensi Pembelian .....	45
Daftar Tabel 4.10 Deskripsi Variabel Kualitas Produk .....	48
Daftar Tabel 4.11 Deskripsi Variabel Promosi .....	49
Daftar Tabel 4.12 Deskripsi Variabel Persepsi Harga.....	50
Daftar Tabel 4.13 Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian.....	51
Daftar Tabel 4.14 Rangkuman Hasil Analisa Regresi Linier Berganda .....	53
Daftar Tabel 4.15 Hasil Uji $R^2$ .....	55
Daftar Tabel 4.16 Hasil Uji F Kualitas Produk, Promosi Dan Persepsi Harga Secara Bersama-sama .....	56
Daftar Tabel 4.17 Rangkuman Nilai-nilai t.....	58

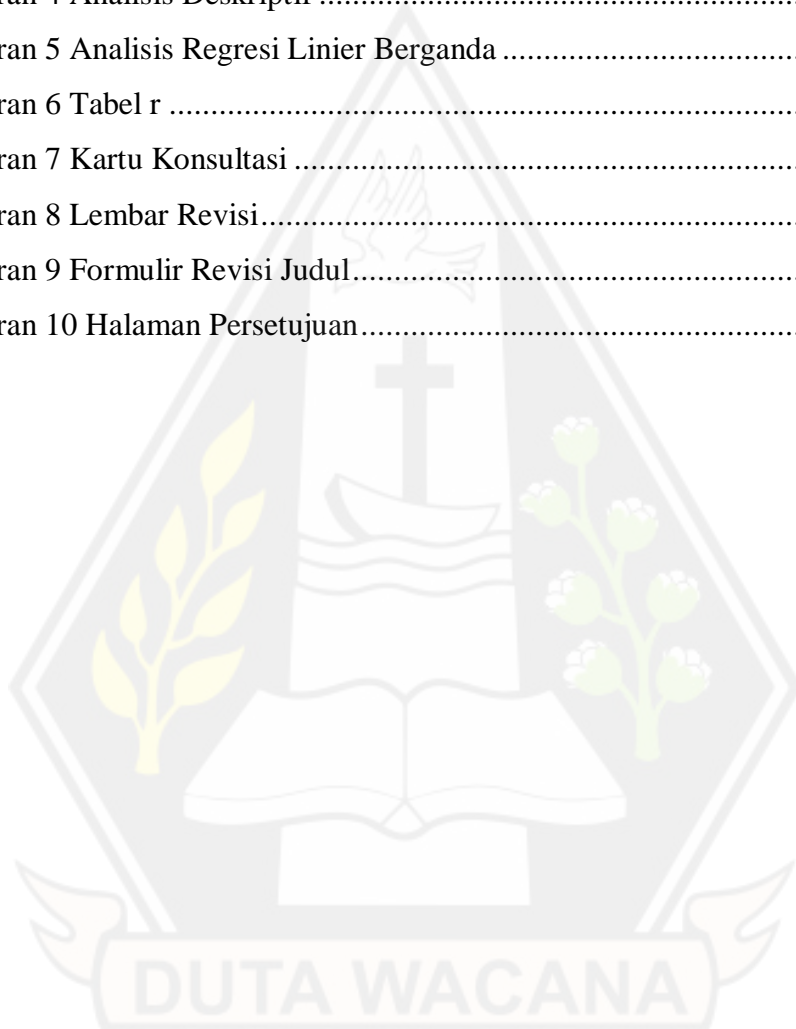
## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peretumbuhan Pendapatan Game Secara Global .....	2
Gambar 2.1 Tahap-tahap proses keputusan pembelian.....	18
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	23



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	66
Lampiran 2 Data Responden .....	69
Lampiran 3 Uji Validitas & dan Reabilitas .....	79
Lampiran 4 Analisis Deskriptif .....	85
Lampiran 5 Analisis Regresi Linier Berganda .....	89
Lampiran 6 Tabel r .....	91
Lampiran 7 Kartu Konsultasi .....	94
Lampiran 8 Lembar Revisi.....	96
Lampiran 9 Formulir Revisi Judul.....	97
Lampiran 10 Halaman Persetujuan.....	98



**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN PERSEPSI HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INVENTORY GAME LEAGUE  
OF LEGENDS: WILD RIFT”**

**Andreas Yudha Wibowo**

**11150073**

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: [andreasyw16@gmail.com](mailto:andreasyw16@gmail.com)

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh secara bersama-sama kualitas produk, promosi dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian Inventory game League of Legends: Wild Rift. Sampel dari penelitian ini akan menggunakan pemain game League of Legends: Wild Rift sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Data dianalisis dengan menggunakan model regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, promosi dan persepsi harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**Kata Kunci:** Kualitas produk, promosi, persepsi harga dan keputusan pembelian

**“THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PROMOTION AND  
PRICE PERCEPTION ON THE PURCHASE DECISION OF LEAGUE OF  
LEGENDS: WILD RIFT GAME INVENTORY”**

**Andreas Yudha Wibowo**

**11150073**

Business Faculty Management Study Program

Duta Wacana Christian University

Email: [andreasyw16@gmail.com](mailto:andreasyw16@gmail.com)

**ABSTRACT**

The purpose of this study was to examine the joint effect of product quality, promotion and price perception on purchasing decisions for Inventory game League of Legends: Wild Rift. The sample of this research will use 100 respondents of League of Legends: Wild Rift game players. The sampling technique used is purposive sampling technique. The data collection technique used is a questionnaire. Data were analyzed using multiple linear regression models. The results showed that product quality, promotion and price perception had a significant positive influence on consumer purchasing decisions.

**Keywords:** Product quality, promotion, price perception and purchase decision

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Melalui berkembangnya era , ilmu pengetahuan serta teknologi terus meningkat pesat, hal ini juga mempengaruhi industri hiburan, serta permainan elektronik salah satunya. *Video games* yang mulanya hanya bisa dilaksanakan dengan perangkat seperti *console* serta komputer, sekarang bisa dimainkan hanya dengan *smartphone* atau perangkat yang lain yang lebih praktis serta sudah terhubung ke pemain lain melalui Internet. Hal tersebut membolehkan gamer bisa memainkan permainan kapan pun serta dimana pun serta membuat game mobile menjadi pilihan yang cocok untuk menemani waktu luang. Khususnya di saat endemi covid-19 sekarang ini, dimana interaksi seseorang dibatasi, bermain game online menjadi salah satu pilihan untuk menyegarkan pikiran serta berinteraksi dengan teman.

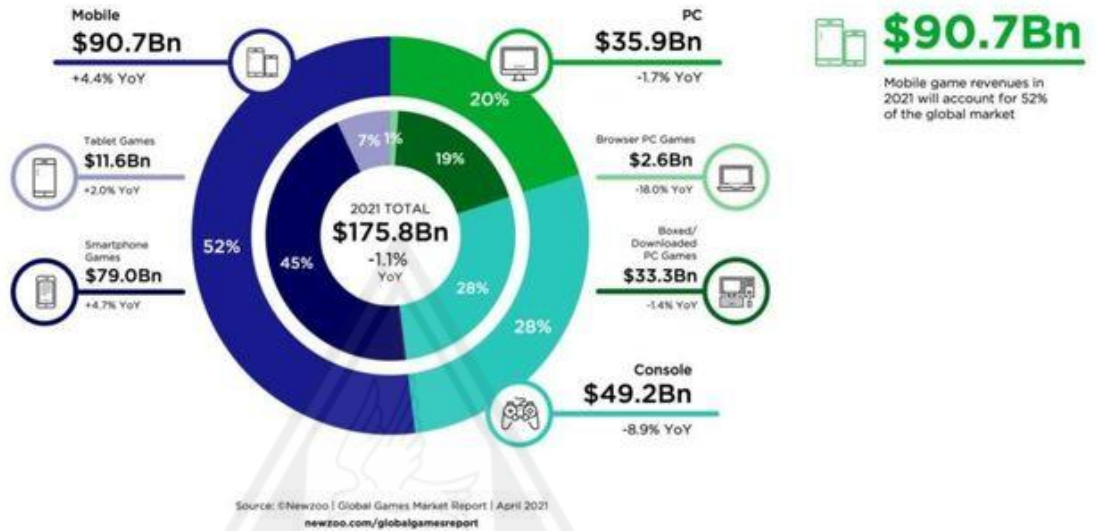
Semakin mudahnya bermain game dengan perangkat *smartphone* mengakibatkan penggemar game mobile tiap tahun makin berkembang serta terus bertambah, menurut data terbaru dari Newzoo pendapatan game secara keseluruhan pada tahun 2021 termasuk PC, konsol serta mobile diperkirakan mencapai US\$ 175,8 miliar atau 2.504 triliun rupiah, dari jumlah pendapatan secara keseluruhan tersebut, kontribusi pendapatan terbesar berasal dari mobile games dengan mencapai 52% dari jumlah pendapatan pada tahun 2021 serta diperkirakan bahwa pendapatan game mobile secara global pada tahun 2021 bakal menjadi 1.250 Triliun rupiah,





## 2021 Global Games Market

Per Device & Segment With Year-on-Year Growth Rates



Gambar 1.1 Peretumbuhan Pendapatan Game Secara Global

(newzoo.com)

Menurut statistik yang dilaksanakan Statista, pada kuartal pertama di tahun 2021, jumlah games yang tersedia di Google Play Store sebanyak 477.877 games serta terus bertambah. Melihat peluang ini, banyak developer game baru serta developer besar juga fokus untuk membuat game mobile khususnya smartphone, salah satunya ialah Riot Games, Inc.

Riot Games ialah penyelenggara turnamen e-sports, pengembang video game, serta penerbit video game yang berbasis di Los Angeles, California. Sejak diluncurkan pada tahun 2009, perusahaan sudah memperoleh beberapa produk terkenal pada waralaba yang sama. Riot Games juga menyelenggarakan turnamen e-sports, mengoperasikan 14 liga e-sports internasional, serta Kejuaraan Dunia League of Legends hingga 2011, Riot ialah anak perusahaan

dari konglomerat China Tencent. Untuk meningkatkan pangsa pasarnya, Riot Games merilis beberapa game mobile di tahun 2019, seperti Teamfight Tactics, Legend of Runeterra, serta League of Legends: Wild Rift.

League of Legends: Wild Rift ialah game multiplayer online battle arena (MOBA) yang dikembangkan oleh Riot Games untuk perangkat iOS, Android, serta konsol, game ini ialah versi mobile dari permainan tersebut yang ialah salah satu permainan dengan player terbanyak serta menurut media TIME, League of Legends masuk daftar game terbaik sepanjang dekade 2010 sampai 2019. Menurut pocketgamer.biz sejak pertama kali permainan ini diterbitkan, Permainan tersebut sudah menjadi kontributor terbesar pendapatan seluler Riot Games sejak diluncurkan pada Oktober 2020. Memperoleh 46,3 juta unduhan serta memperoleh \$64,7 juta atau 923 miliar rupiah, hingga saat ini, Wild Rift menyumbang hampir 60 persen dari pendapatan seluler Riot Games.

Persaingan pada industri game yang gencar saat ini, terlebih lagi dengan banyaknya game serupa contohnya Mobile Legends: Bang Bang, Arena of Valor, dll. Membuat Riot Games harus bisa mencari cara agar konsumen tertarik untuk membeli Inventory game League of Legends: Wild Rift, seperti Skin Champion yang mempunyai fitur lebih banyak contohnya animasi tambahan serta efek tambahan Ketika menggunakan skill, Skin serta items yang lebih murah dari game pesaing, serta juga diadakannya event di pada game yang menawarkan potongan harga saat event tertentu sehingga pengaruh promosi serta persepsi harga membuat pemain lebih menyukai dalam memperoleh barang yang diusulkan. Dalam hal tersebut diyakinkan pula dalam penelitian milik Agnes Adelia Radha Poespa, Rosadiro Cahyono & Varid Martah yang

judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga serta Promosi pada Keputusan Pembelian Lotion Marina” menghasilkn bahwa terdapat pengaruh pada penelitian tersebut.

Dari pembahasan sebelumnya, pertanyaan penelitian ini bisa di rumuskan sebagai: Memiliki pengaruh secara signifkankah kualitas produk, persepsi harga, serta promosi pada keputusan pembelian konsumen? & Peneliti tertarik untuk meneliti keputusan pembelian konsumen yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi serta Presepsi Harga pada Keputusan Pembelian Inventory Game League Of Legends : Wild Rift”.

## **1.2.Rumusan Masalah**

1. Apakah pembelian inventory League of Legends: Wild Rift bergantung pada kualitas produk?
2. Apakah pembelian inventaris League of Legends: Wild Rift bisa dipengaruhi oleh promosi saat ini?
3. Apakah harga League of Legends: Wild Rift dipengaruhi oleh kesan nilainya?
4. Apakah keputusan inventaris dipengaruhi oleh kualitas produk, promosi, serta harga pada League of Legends: Wild Rift ?

### **1.3.Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui bagaimana kualitas suatu produk mempengaruhi pembelian di League of Legends: Wild Rift ?
2. Manakah dari berikut ini yang menjadi alasan dalam bermain League of Legends: Wild Rift ?
3. Apakah mungkin untuk melihat bagaimana persepsi harga memengaruhi keputusan inventaris untuk Wild Canyon?
4. Pada League of Legends: Wild Rift, untuk mengamati efek gabungan dari kualitas produk, promosi, serta persepsi harga pada keputusan pembelian persediaan?.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

1. Untuk Perusahaan

di harapkan jika hasil penelitian bisa di pergunakan untuk masukan bagi perusahaan yang bergerak di industri game guna mendapati pengaruh promosi serta persepsi harga pada keputusan pembelian konsumen sehingga bisa membantu perusahaan pada mengambil keputusan.

2. Untuk Akademisi

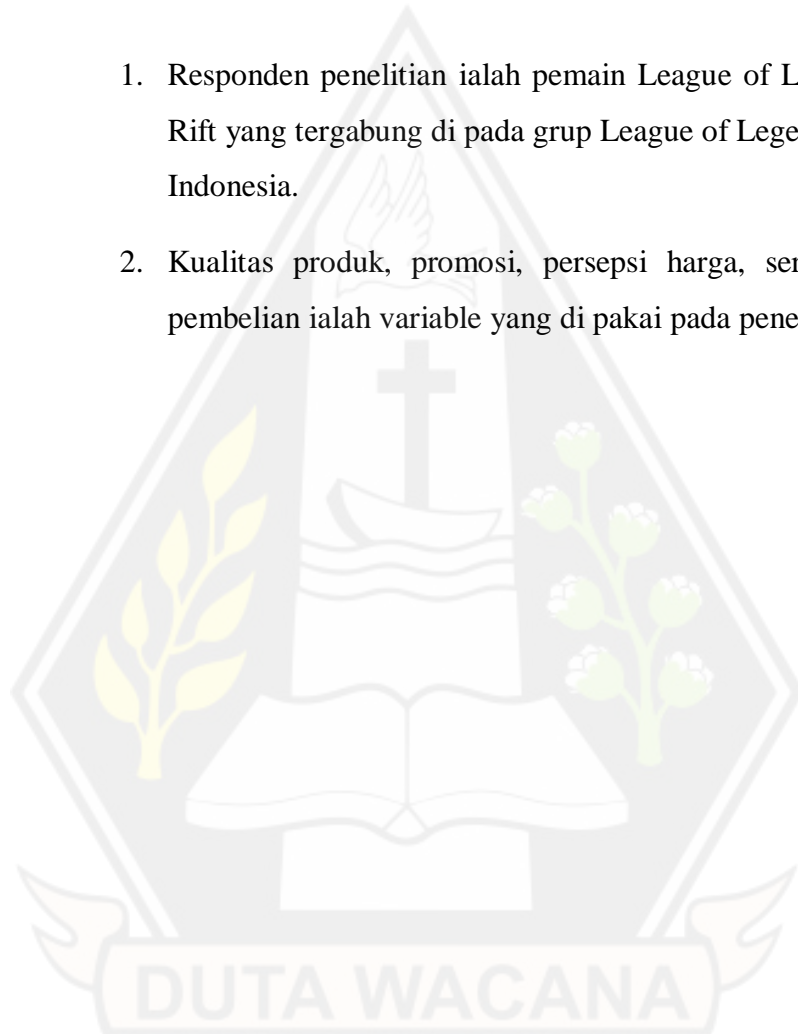
di harapkan jika hasil penelitian berguna bagi bahan referensi serta acuan bagi penelitian selanjutnya mengenai pengaruh kualitas produk, promosi serta persepsi harga pada keputusan pembelian konsumen.

3. Untuk Penulis

di harapkan jika hasil penelitian bisa memperluas pengalaman serta wawasan penulis, sehingga bisa berguna serta bisa diterapkan pada dunia kerja di lingkup pemasaran.

### **1.5. Batasan Masalah Penelitian**

1. Responden penelitian ialah pemain League of Legends: Wild Rift yang tergabung di pada grup League of Legends Wild Rift Indonesia.
2. Kualitas produk, promosi, persepsi harga, serta keputusan pembelian ialah variable yang di pakai pada penelitian ini.



## BAB V

### KESIMPULAN & SARAN

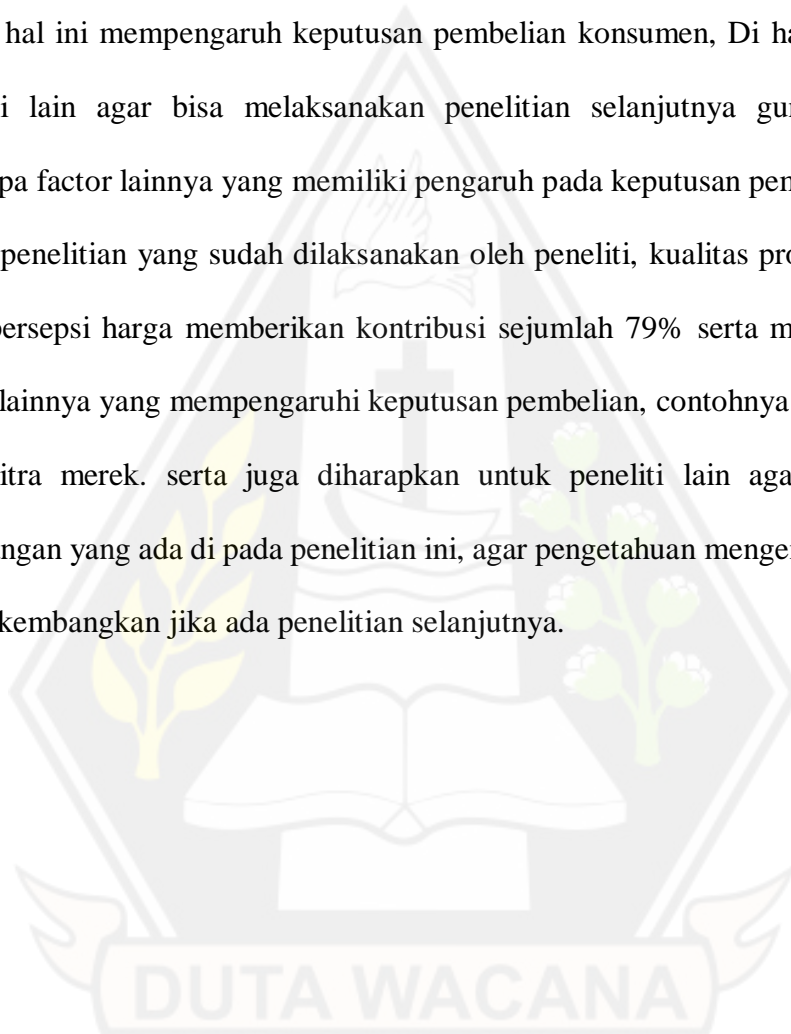
#### 5.1. Kesimpulan

Menurut data hasil analisa yang didapatkan dalam pembahasan sebelumnya, sehingga bisa didapatkan hasil simpulan seperti di bawah ini:

1. Kualitas suatu produk mempunyai dampak yang cukup besar pada proses pengambilan keputusan bagi konsumen. Kualitas produk yang lebih baik meningkatkan penjualan serta keuntungan untuk pembuat League of Legends: Wild Rift pada jangka panjang.
2. Proses melaksanakan pembelian mempunyai dampak yang substansial serta positif. Pembuat game League of Legends: Wild Rift akan melihat peningkatan pendapatan karena lebih banyak promo dilaksanakan.
3. Keputusan pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh persepsi mereka mengenai harga. Untuk meningkatkan margin keuntungan permainan ini, konsumen harus mempunyai gagasan yang lebih baik mengenai berapa biaya permainan.
4. Proses pembelian dipengaruhi secara positif oleh kualitas produk, promosi, serta persepsi harga. Untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen, pengembang game League of Legends: Wild Rift harus meningkatkan kualitas produknya, memperbanyak promosi serta membuat persepsi harga yang baik. Agar profit yang didapatkan juga meningkat.

## 5.2.Saran

Melihat hasil data analisis dalam penelitian yang sudah dilaksanakan peneliti, semua variable yang dipakai mempunyai pengaruh yang signifikan. diharapkan perusahaan pengembang game tetap meningkatkan kualitas produknya, memberikan banyak promosi, serta membuat persepsi harga yang baik karena semua hal ini mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, Di harapkan untuk peneliti lain agar bisa melaksanakan penelitian selanjutnya guna mendapati beberapa factor lainnya yang memiliki pengaruh pada keputusan pembelian, sebab dalam penelitian yang sudah dilaksanakan oleh peneliti, kualitas produk, promosi serta persepsi harga memberikan kontribusi sejumlah 79% serta masih ada 21% faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan pembelian, contohnya seperti desain atau citra merek. serta juga diharapkan untuk peneliti lain agar melengkapi kekurangan yang ada di pada penelitian ini, agar pengetahuan mengenai pemasaran bisa dikembangkan jika ada penelitian selanjutnya.



## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma. (2011). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa* (Cetakan Kesembilan). Alfabeth.
- Cockril, A., & Goode, M. M. H. (2010). Perceived Price and Price Decay in the DVD Market. *The Journal of Product and Brand Management*.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. UNDIP.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran* (A. Sindoro & B. Molan, Eds.; Jilid I). Prenhalindo.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran* (15th ed.). Pearson Education, Inc.
- Lee, S., & Lawson-Body, A. (2011). *Perceived Dynamic Pricing*. *Journal Of Industrial Management & Data System*.
- Monroe. (2003). *Pricing Making Profitable Decision*. The Mc Graw Hill Companies. Inc.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. Proseding Seminar Nasional Multi Disiplin Ilmu & Call for Papers UNISBANK.
- Mullins, J. W., & Walker Jr, O. C. (2013). *Marketing Management: A Strategic Decision-Making Approach* (8th Edition). McGraw-Hill International Edition.
- Poespa, A. A. R., Cahyono, R., & Martah, V. (2020) *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Lotion Marina*
- Rao, P. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. *The Asian Manager* (February-March).
- Rudyanto, L. S., Rr. Lulus Prapti N.S.S., & Triyani, D. (2020) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Wellblue Alkaline Water Pitcher*
- Sari, D.Y., Tjahjaningsih, E., & Hayuningtias, K. A. (2018) *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus* (Studi Pada Konsumen Giant BSB Semarang)



- Sari, D. P., & Soliha, E. (2021) *Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian E-commerce Tokopedia di Kota Semarang*
- Sangadji, E. M., & Sopiha. (2010). *Metodologi Penelitian–Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. ANDI.
- Schiffman, L. G., & Kanuk Leslie L. (2013). *Consumer Behavior* (8th Edition).
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. (2008). *Perilaku Konsumen*. PT. Indeks.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Universitas Brawijaya Press.
- Sitinjak, T. J., & Sugiharto. (2006). *LISREL*. GRAHA ILMU.
- Solomon, M. R. (2007). *Consumer Behavior; Buying, Having, and Being*. Pearson Education.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabet.
- Supomo, B., & Indriantoro, N. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis, Cetakan Kedua*. BFEE UGM.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran* (Edisi III). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (edisi 3). Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Andi.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Andi.