

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI  
PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN  
SHOPEE FOOD DI YOGYAKARTA”**



**Skripsi**

**Disusun**

**Oleh:**

**Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti (11180432)**

**Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana**

**Yogyakarta**

**2022**

**HALAMAN PENGAJUAN**

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh:**

**ANAK AGUNG ISTRI NGURAH RAHMA YANTI**

**11180432**

**FAKULTAS BISNIS**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**2022**

**DUTA WACANA**

**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 : Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti  
NIM : 11180432  
Program studi : Manajemen  
Fakultas : Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

demi 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 Pelayanan, Persepsi Harga, dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian pada layanan Shopee Food Di Yogyakarta”**

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.

Yogyakarta, 12 Agustus 2022

Yang menyatakan



(Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti )

11180432

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul:

### **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN SHOPEE FOOD DI YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh:

**ANAK AGUNG ISTRI NGURAH RAHMA YANTI**

**11180432**

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

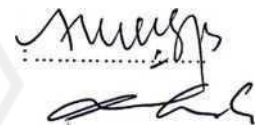
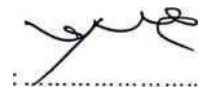
Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Saijana Manajemen Pada tanggal 02 Agustus 2022

Nama Dosen

1. Dr. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min  
(Ketua Tim Penguji/Dosen Pengiyyi)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM  
(Dosen Penguji)
3. Drs. Sisnuhadi, MBA., PhD  
(Dosen Pembimbing/Dosen Penguji)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 12 Agustus 2022

Disahkan Oleh:

Dekan fakultas Bisnis Manajemen



**Dr. Perminas Pangeran, M.Si.**

Ketua Program Studi Manajemen



**Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D**

## HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Penulis menyatakan bahwa sesungguhnya  
skripsi dengan judul:

**“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA,  
DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA LAYANAN SHOPPE FOOD DI  
YOGYAKARTA”**

Yang penulis keijakan untuk melengkapi Sebagian syarat untuk menjadi  
Saijana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta  
Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di  
Perguruan Tinggi atau Instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya  
sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah plagiasi atau tiruan dari  
karya pihak lain, maka penulis bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar  
kesarjanaan.

Yogyakarta, 17 Juli 2022



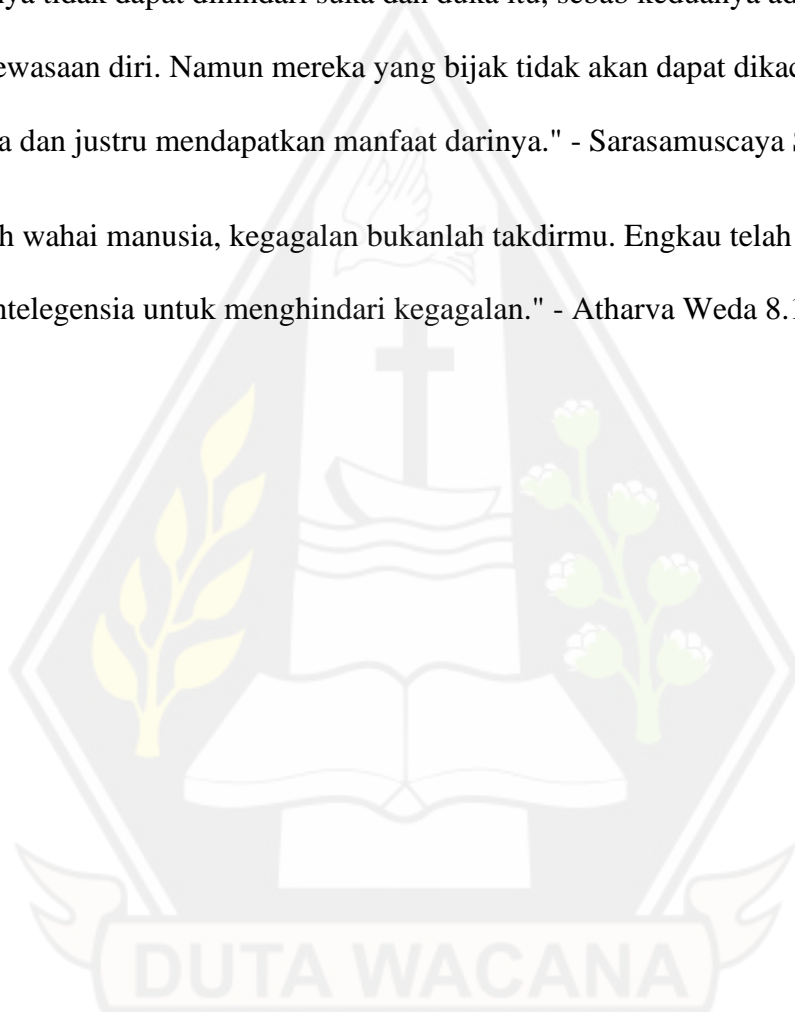
Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti

## HALAMAN MOTTO

"Engkau wajib melakukan tugas kewajibanmu yang telah ditetapkan, tetapi engkau tidak berhak atas hasil perbuatan. Jangan menganggap dirimu penyebab hasil kegiatanmu, dan jangan terbiasa pada kebiasaan tidak melakukan kewajibanmu." - Bhagawad Gita

"Sesungguhnya tidak dapat dihindari suka dan duka itu, sebab keduanya adalah anugerah bagi pendewasaan diri. Namun mereka yang bijak tidak akan dapat dikacaukan oleh keduanya dan justru mendapatkan manfaat darinya." - Sarasamuscaya Sloka 498

"Bangkitlah wahai manusia, kegagalan bukanlah takdirmu. Engkau telah dianugerahi intelegensia untuk menghindari kegagalan." - Atharva Weda 8.1.6



## HALAMAN PERSEMBAHAN

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

1. Ida Sang Hyang Widhi Wasa karena telah memberikan saya Kesehatan, hikmat, akal budi, semangat, dan kebahagiaan hingga saat ini sehingga saya bisa menyelesaikan skripsi dengan tepat waktu.
2. Kedua Orang tua penulis yaitu Ajik Anak Agung Gede Raka Tugur dan Ibu Ni Komang Radi Artani Serta Saudara-saudara saya Anak Agung Istri Oka Widi Apsari, Anak Agung Gede Anom Bayu Pradnyana, Anak Agung Gede Alit Wira Adnyana, dan Adik saya Anak Agung Gede Rai Surya Artha yang selalu memberikan Restu, Nasihat, Doa, Serta dorongan semangat untuk kesuksesan penulis dan motivasi kepada penulis agar selalu bisa melakukan yang terbaik dalam segala hal.
3. Dosen Pembimbing penulis, Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Wakil Dekan Bid.Akademik Manajemen serta selaku Dosen Wali Sekaligus Dosen Pembimbing yang membimbing saya dengan sabar dan memberikan saran kepada saya untuk dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
4. Sahabat seperjuangan penulis dari semester satu yaitu Ni Putu Ayu Dama Yanti, Oktoviana, Maria Densi Ratna Sari, Wahyu Vera Loviana, Tri Yuniarti, Cristina Cecilia Kurniawan serta teman-teman Seperjuangan Angkatan 2018 Universitas Kristen Duta Wacana yang selalu mengingatkan untuk mengerjakan skripsi dan memberikan semangat dalam doa selama penyusunan skripsi.

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmatnya yang telah memberikan hikmat dan kebijaksanaan dalam menyelesaikan skripsi yang berjudul Penelitian ini berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN SHOPEE FOOD DI KOTA YOGYAKARTA”**

Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini dimaksudkan guna memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) di Program Studi Manajemen Konsentrasi Pemasaran Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Selanjutnya dengan kerendahan hati, penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan selesai dengan tepat waktu tanpa adanya bantuan dari beberapa pihak. Maka, dalam kesempatann ini penulis hendak menyampaikan banyak ucapan terima kasih kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bimbingan dan dukungannya.

Penulis sangat mengharapkan adanya kritikan dan saran yang untuk melengkapi setiap kekurangan dalam skripsi ini. Penulis mengharapkan skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang luas dan berguna bagi penulis serta pihak terkait. Terima kasih.

Yogyakarta, 17 Juli 2022

Penulis



Anak Agung Istri Ngurah Rahma

Yanti NIM. 11180432



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGAJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN MOTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
ABSTRAC.....	xiii
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	2
1.4 Manfaat Penelitian.....	2
1.5 Batasan Penelitian .....	2
Bab 2.....	5
LANDASAN TEORI.....	5
2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan .....	5
2.1.2 Tujuan Kualitas Pelayanan .....	6
2.2.2 Fungsi Kualitas Pelayanan.....	6
2.2.3 Ukuran atau Dimensi Kualitas Pelayanan .....	6
2.2 Pengertian Persepsi Harga.....	8
2.3 Pengertian Promosi Penjualan.....	9

2.3.1	Menentukan Tujuan Promosi Penjualan.....	10
2.3.2	Mengevaluasi Hasil Promosi Penjualan dan Faktor-faktor yang Perlu Dipertimbangkan dalam Sales Promotion.....	11
2.4	Pengertian Keputusan Pembelian.....	12
2.5	Penelitian Terdahulu .....	13
2.6	Kerangka Berpikir .....	14
2.7	Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Keputusan Pembelian.....	14
2.8	Hubungan Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian.....	15
2.9	Hubungan Promosi Penjualan dengan Keputusan Pembelian .....	15
Bab 3	Metode Penelitian .....	16
3.1	Jenis dan Metode Pengumpulan Data .....	16
3.2	Populasi dan Sampel .....	17
3.2.1	Populasi .....	17
3.2.2	Sampel .....	17
3.3	Teknik Penentuan Sampel.....	17
3.4	Variabel Penelitian .....	18
3.4.1	Variabel Bebas (Independen) .....	18
3.4.2	Variabel Terikat (Dependen).....	18
3.5	Definisi Operasional Variabel.....	18
3.6	Uji Instrument Penelitian .....	19
3.5.1	Uji Validitas.....	19
3.5.2	Uji Reliabilitas.....	20
3.5.3	Analisis Deskriptif.....	21
3.6	Pengujian Hipotesis.....	21
3.6.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	21
3.6.2	Uji Parsial (Uji t) .....	22
3.6.3	Uji Statistik F.....	23
3.6.4	Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ).....	23
3.7	Gambaran Umum Perusahaan.....	23
Bab 4	.....	25
Hasil Penelitian dan Pembahasan	.....	25
4.1	Profil Responden.....	25

4.1.1 Karakteristik Responden.....	25
4.2 Uji Instrument Penelitian .....	29
4.2.1 Hasil Uji Validitas.....	29
4.2.2. Hasil Uji Realibilitas.....	31
4.3 Pengujian statistik .....	33
4.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
4.3.2 KoefisienDeterminasi( <b>R<sup>2</sup></b> ) .....	36
4.3.3 Uji Signifikan Secara Simultan (UJI F).....	37
4.3.4 Uji Signifikan Secara Parsial (UJI T) .....	38
4.3 Pembahasan.....	40
4.4.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian Shopee Food di Yogyakarta.....	40
4.4.2 Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Shopee Food di Yogyakarta .....	41
4.4.3 Pengaruh Promosi Penjualan terhadap Kepuasan Pembelian Shopee Food di Yogyakarta.....	41



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	14
Tabel 3.1 Pengertian Operasional Variabel .....	18
Tabel 4.1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin.....	25
Tabel 4.2 Karakteristik berdasarkan usia.....	26
Tabel 4.3 Karakteristik berdasarkan Pekerjaan.....	27
Tabel 4.4 Karakteristik berdasarkan Pengeluaran Perbulan .....	28
Tabel 4.5 Uji Validitas.....	29
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan .....	31
Tabel 4.7 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga.....	32
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Promosi Penjualan.....	32
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian .....	33
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda .....	34
Tabel 4.11 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	36
Tabel 4.12 Hasil Uji F.....	37
Tabel 4.13 Hasil Uji T .....	38

## LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner .....	47
Lampiran 2. 1 Data Rekap Responden .....	52
Lampiran 3 1 Rekap Hasil Data Profil Responden.....	61
Lampiran 4. 1 Hasil Rekap Hasil Uji Data Validitas dan Realibilitas .....	62
Lampiran 5 1 Hasil Rekap Hasil Uji Data 100 Responden .....	71



## ABSTRAK

# **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PERSEPSI HARGA, DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA LAYANAN SHOPEE FOOD DI YOGYAKARTA**

Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti 11180432

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas

Kristen Duta Wacana Yogyakarta Email:

[yrahma459@gmail.com](mailto:yrahma459@gmail.com)

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga, dan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian shopee food di Yogyakarta. Teknik analisis yang digunakan adalah Metode pengambilan sampel pada penelitian ini yaitu non probability sampling, Dimana tidak semua anggota populasi memiliki peluang untuk dijadikan sebuah sampel. Dengan menggunakan purposive sampling, yaitu 100 orang yang pernah melakukan order makanan di aplikasi Shopee Food dalam 3 bulan terakhir mulai dari bulan Maret tahun 2022 sampai dengan bulan Mei tahun 2022 dapat mewakili setiap populasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan Persepsi harga dan Promosi Penjualan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Promosi Penjualan, dan Keputusan Pembelian**

**ABSTRAC**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY, PRICE PERCEPTION, AND SALES  
PROMOTION ON PURCHASING DECISIONS ON SHOPEE FOOD SERVICES  
IN YOGYAKARTA***

Anak Agung Istri Ngurah Rahma Yanti 11180432

*Management Study Program, Faculty of Business Duta*

*Wacana Christian University*

*The study aims to test and analyze the influence of service quality, price perception, and sales promotion on shopee food purchasing decisions in Yogyakarta. The analysis technique used is the sampling method in this study, namely non-probability sampling, where not all members of the population have the opportunity to be used as a sample. By using purposive sampling, 100 people who have placed food orders in the Shopee Food application in the last 3 months starting from March 2022 to May 2022 can represent each population.*

*The results showed that, the quality of service does not affect purchasing decisions, while price perception and sales promotion have a positive effect on purchasing decisions.*

***Keywords: Service Quality, Price Perception, Sales Promotion, and Purchasing Decisions***

## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Dalam perkembangan gaya hidup dan teknologi di dalam masyarakat yang terus meningkat, menjadikan sebuah tantangan tersendiri bagi Pengusaha untuk tetap berkembang dan membuat inovasi-inovasi terbaru, Hal ini berdampak terhadap masyarakat yang menjadi sadar adanya perkembangan di dunia internet, dimana sekarang lebih mengarah ke dunia online yang kebanyakan dari kita ketika ingin membeli sesuatu jika tidak bisa keluar rumah menggunakan pembelian online.

Menurut Tjiptono (2007), ketika seorang konsumen memiliki kepuasan yang tinggi dan merasa senang dengan sebuah perusahaan akan diperoleh dari kualitas pelayanan yang memuaskan dan sesuai dengan ekspektasi, tepat guna serta melebihi harapan mereka. Kualitas pelayanan, termasuk departemen pelayanan, selalu disamakan dengan kualitas perusahaan itu sendiri (Yulianto, 2010). Kualitas layanan dapat dicapai melalui penyampaian yang akurat untuk memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan, memberi penghargaan dan memuaskan mereka.

Shopee Food merupakan sebuah *platform* yang menyediakan transaksi jual beli makanan dan minuman secara *online*. Fitur ini resmi menjadi bagian dari *ecommerce* Shopee. Dengan kehadiran fitur ini, tentu saja pecinta jajanan memiliki pilihan baru selain beberapa aplikasi besar yang bergerak di bidang serupa. Apalagi Shopee juga memberikan penawaran terbaik untuk para penggunanya. Keunggulan Shopee Food juga tidak hanya berlaku untuk pembeli



saja, tapi juga untuk *merchant* dan *driver*, seperti *fee* yang besar, bisa menjadi media promosi, dan bonus dan insentif yang cukup meningkat.

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang disajikan, muncul rumusan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan shopee food?
- b. Apakah Persepsi Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan Shopee Food?
- c. Apakah Promosi Penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada layanan shopee food?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Melalui rumusan masalah yang muncul diatas, maka ditetapkanlah tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Guna mengetahui pengaruh dari kualitas kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen ketika melakukan pembelian pada layanan shopee food.
- b. Guna mengetahui pengaruh persepsi dari harga terhadap keputusan dalam melakukan pembelian pada layanan shopee food.
- c. Guna mengetahui pengaruh dari kegiatan promosi penjualan terhadap keputusan pembelian pada layanan shopee food.

## 1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan nantinya dapat bermanfaat bagi pihak-pihak tertentu, sebagai berikut:

a. Manfaat penelitian bagi Peneliti

Dilakukannya penelitian ini diharapkan memiliki pengaruh terhadap bertambahnya pengalaman peneliti, khususnya para profesional ilmu pemasaran dalam keputusan pembelian jasa perusahaan dengan mengolah data dan informasi yang digunakan dalam penelitian serta melengkapi pengetahuan dan wawasan yang diperoleh selama penelitian.

b. Manfaat Bagi Pembaca

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berperan dalam konteks menambah pengetahuan para pembaca terkait kualitas pelayanan e-commerce shopee food pada konsumen yang sudah terpenuhi maupun belum terpenuhi.

c. Manfaat Bagi Universitas

Dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat membantu kepastakaan universitas peneliti yakni Universitas Kristen Duta Wacana. Maka dari itu universitas akan memiliki detail kepastakaan yang dapat menjadi referensi mahasiswa dengan detail manajemen pemasaran.

d. Manfaat Bagi Pihak-Pihak Lain

Penelitian ini dilakukan guna membantu seluruh pembaca yang memiliki kepentingan sesuai dengan pembahasan yang dijabarkan serta memberikan inspirasi dan referensi untuk penelitian yang dilakukan selanjutnya.

### **1.5 Batasan Penelitian**

Penelitian yang dilakukan ini memiliki beberapa batasan masalah yang telah ditetapkan.

Berikut merupakan detail batasan masalah yang ada pada penelitian ini:

1. Detail responden yang tertera adalah gender, umur, pendidikan terakhir, pekerjaan saat penelitian ini dilakukan dan range pengeluaran yang telah di kategorikan oleh peneliti.
2. Waktu Pelaksanaan Penelitian: April S/d Juni 2022
3. Total responden yang diteliti pada penelitian ini sebanyak 100 responden.
4. Kualitas pelayanan, persepsi harga, promosi penjualan, dan keputusan pembelian menjadi variabel yang diteliti pada penelitian ini.



## **Bab V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil analisis data dan pembahasan, hasil dari penelitian ini adalah kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Di sisi lain, dalam hal sudut pandang harga dan promosi penjualan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Data olahan primer dari SPSS menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara persepsi harga, promosi penjualan, dan keputusan pembelian. Hal ini berarti Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh dengan Keputusan Pembelian Tetapi berpengaruh signifikan terhadap persepsi harga dan promosi penjualan.

#### **5.2 Saran**

Penulis menyarankan kepada pihak-pihak Shopee tentang keefektifan shopee food dalam mempertahankan harga dan promosi-promosi penjualan sehingga para konsumen tetap memutuskan untuk melakukan transaksi terutama Persepsi harga dimana harga yang terjangkau dapat membuat konsumen Lebih cepat untuk mengambil Keputusan Pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Budiani, Annisa Rahma. (2017). Pengaruh Kemasan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Pusat Oleh-oleh Anggrek Snack Dusun Dadap Tulis Utara Kelurahan Dadaprejo Kecamatan Junrejo Kota Batu. *Skripsi. D4 Manajemen Pemasaran, Administrasi Niaga: Politeknik Negeri Malang. Dipublikasikan*, 50-100.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gery. (2008). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi ke-12*. Jakarta: PT Gelora Aksara Pratama.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2007). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Kotler, Philip dan keller, Kevin lane. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Ke-13*. Jakarta: Erlangga.
- M, W. (2017 ). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio* , 762.
- Prayoga, Dicky. (2015). Skripsi. S1 Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Brawijaya. *Pengaruh Kualitas Produk, Kemasan, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kaos Futsal Indonesia Jersey Malang* , 50-62.
- Widya , Ima. (2017). Skripsi. D4 Manajemen Pemasaran, Adminitrasi Niaga: Politeknik Negeri Malang. *Pengaruh Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lay's (Studi kasus pada mahasiswa program studi D-IV Manajemen Pemasaran Jurusan Administrasi Niaga)*, 69-73.
- Alfian, B. (2012). Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman. *Skripsi*. Makassar: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Irfansyah, A. (2011). Pengaruh Periklanan, Promosi Penjualan, dan Penjualan Perseorangan terhadap Kepuasan Konsumen produk perahu sekoci PT.Jatitengah Perdana Jakarta. *Skripsi*. Semarang: Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Universitas Negeri Semarang.
- Priccila, N. (2014). Pengaruh Periklanan dan Promosi Penjualan terhadap Keputusan Pembelian. *Skripsi*. Bogor: Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kesatuan Bogor, Indonesia.
- Hesti, R. (2016). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap

Keputusan Pembelian Konsumen dalam pembelian bahan bakar minyak jenis Pertalite di kota Yogyakarta. *Skripsi*. Yogyakarta: Program Studi Ekonomi, Bidang Keahlian Khusus Pendidikan ekonomi, Universitas Sanata Dharma, Yogyakarta.

Jackson, R.S. (2013). Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian *SPRING BED COMFORTA*. *Skripsi*. Manado: Jurusan Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.

Budiana, Annisa Rahma. (2017), Pengaruh Kemasan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di pusat Oleh-Oleh Anggrek Snack Dusun

