

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

ALBI SINTO SINAGA

11190772

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

SKRIPSI

HALAMAN JUDUL



DISUSUN OLEH :

ALBI SINTO SINAGA

11190772

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

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 : Albi Sinto Sinaga
NIM : 11190772
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:

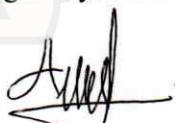
“Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya”

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 : 19 Januari 2024

Yang menyatakan


(Albi Sinto Sinaga)
NIM 11190772

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

ALBI SINTO SINAGA

11190772

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

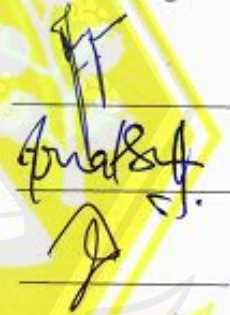
Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada tanggal

Nama Dosen

1. Dr. Elok Pakaryaningsih, SE., M.Si
(Ketua Tim Penguji)
2. Jonathan Herdioko, SE., MM
(Dosen Penguji)
3. Dr. Singgih Santoso, MM
(Dosen Pembimbing)

Tanda Tangan



Yogyakarta, 19 Januari 2024

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen



Dr. Perminas Pangeran, SE., M.Si



Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**"ANALIS PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA"**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana 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 dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 05 Januari 2024



Albi Sinto Sinaga

11190772

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas anugerah dan rahmat-Nya yang begitu besar, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul "**Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta.**" Dalam menyusun skripsi ini sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen Fakultas Bisnis pada Universitas Kristen Duta Wacana. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, baik dalam hal penggunaan Bahasa, keterbatasan kemampuan, pengetahuan maupun penyajian. Penulis mengaharpkan kritik dan saran yang dapat membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini.

Dalam pembuatan penyusunan skripsi ini, semoga dapat memberikan nilai dan manfaat yang baik bagi semua pihak.

Yogyakarta, 05 Januari 2024



Albi Sinto Sinaga

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PENGAJUAN.....	iii
KATA PENGANTAR	iv
HALAMAN MOTTO.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK.....	xiv
ABSTRACT.....	xv
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Batasan Penelitian.....	6
BAB 2.....	7
LANDASAN TEORI.....	7
2.1. Pemasaran.....	7
2.2. Harga.....	7
2.2.1 Indikator Harga.....	8
2.3. Kualitas Produk.....	9
2.3.1 Indikator Kualitas Produk.....	9
2.2. Citra Merek.....	10
2.4.1 Indikator Citra Merek.....	11
2.5. Keputusan Pembelian.....	12
2.5.1 Tahap – tahap dalam proses pengambilan keputusan.....	12
2.5.2 Indikator Keputusan Pembelian.....	14
2.6 Penelitian Terdahulu.....	15

2.7 Hipotesis Penelitian.....	16
2.8 Kerangka Berfikir.....	16
2.8.1 Hubungan Persepsi Harga dan Keputusan Pemberlian.....	17
2.8.2 Hubungan Kualitas Produk dan Keputusan Pemberlian.....	17
2.8.3 Hubungan Citra Merek dan Keputusan Pemberlian.....	18
BAB 3.....	19
METODE PENELITIAN.....	19
3.1 Metode Penelitian.....	19
3.2 Populasi dan Sampel.....	19
3.2.1 Populasi.....	19
3.2.2 Sampel.....	19
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4 Variabel Penelitian.....	21
3.5 Indikator Penelitian.....	21
3.6 Pengukuran Variabel.....	21
3.7 Metode Analisis Data.....	22
3.7.1 Uji Validitas.....	22
3.7.2 Uji Realibitas.....	23
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	23
3.7.4 Uji Hipotesis (Uji F)	24
3.7.5 Uji t.....	25
3.7.6 Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R2)	25
BAB 4.....	26
ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN.....	26
4.1 Analisis Deskriptif.....	26
4.1.1 Jenis Kelamin.....	27
4.1.2 Usia.....	28
4.1.3 Pekerjaan.....	30
4.1.4 Pengeluaran.....	31

4.2	Uji Kualitas Data.....	32
4.2.1	Uji Validitas.....	32
4.2.2	Uji Relibilitas.....	33
4.3	Uji Hipotesis.....	35
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	35
4.3.2	Uji F.....	37
4.3.3	Uji t.....	38
4.3.4	Koefisien Determinasi (R ²)	39
4.4	Hasil Pembahasan.....	40
4.4.1	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	41
4.4.2	Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
4.4.3	Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian.....	43
BAB 5.....		44
PENUTUP DAN SARAN.....		44
5.1	Kesimpulan.....	44
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	44
5.3	Saran.....	44
5.3.1	Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	44
5.3.2	Saran Untuk Perusahaan.....	45
DAFTAR PUSTAKA.....		46
LAMPIRAN.....		48

**ANALISIS PENGARUH PERSEPI HARGA, KUALITAS PRODUK DAN
CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA
MOTOR HONDA DI KOTA YOGYAKARTA DAN SEKITARNYA**

Albi Sinto Sinaga

11190772

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Email : albysintotinaga@gmail.com

ABSTRAK

Sepeda motor menjadi salah satu alternatif dalam mempermudah dan kelancaran dalam mencapai suatu tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keputusan pembelian sepeda motor Honda di Kota Yogyakarta dengan melihat pengaruh variabel bebas yaitu Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian apakah signifikan. Data primer diperoleh dengan menyebarkan kuisioner sebanyak 100 responden. Pengolahan data dilakukan menggunakan SPSS *Statistics 25*. Hasil uji *validitas* dan reliabilitas menunjukkan kuisioner *valid* dan reliabel. Hasil uji t secara parsial variabel bebas signifikan terhadap variabel terikat. Hasil uji F secara simultan variabel bebas signifikan terhadap variabel terikat.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian dan Sepeda Motor Honda.

Analysis of the Influence of Price Perceptions, Product Quality, and Brand Image on Honda Motorcycle Purchasing Decisions in the City of Yogyakarta and Surrounding Areas

Albi Sinto Sinaga

11190772

Management Study Program, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University Yogyakarta

Email: albysintosinaga@gmail.com

ABSTRACT

Motorbikes are an alternative to make achieving a goal easier and smoother. This research aims to analyze the decision to purchase a Honda motorbike in Yogyakarta City by looking at the influence of the independent variables namely Price Perception, Product Quality and Brand Image on the dependent variable, namely Purchase Decision, whether it is significant. Primary data was obtained by distributing questionnaires to 100 respondents. Data processing was carried out using SPSS Statistics 25. The validity and reliability test results showed that the questionnaire was valid and reliable. The results of the partial t test for the independent variable are significant for the dependent variable. The results of the f test simultaneously on the independent variable are significant on the dependent variable.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions and Honda Motorcycle

DUTA WACANA

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kebutuhan sepeda motor dikalangan masyarakat semakin meningkat karena menjadi salah satu transportasi yang memudahkan dan memperlancar perjalanan mencapai tujuan. Seiring dengan tingginya permintaan masyarakat terhadap sepeda motor sehingga dunia bisnis otomotif di Indonesia menjadi semakin tajam. Karena semakin banyaknya produk yang memilih berbagai macam jenis yang dikeluarkan oleh perusahaan sepeda motor, yang mengakibatkan konsumen semakin teliti dalam melakukan pembelian produk yang memiliki kualitas terbaik. Kualitas adalah keunggulan dari suatu produk atau layanan yang akan menentukan sejauh mana memenuhi standar yang telah ditetapkan. Penjualan sepeda motor dalam data AISI pada tahun 2018 sebesar 6.383.108 unit dan kembali meningkat di tahun 2019 sebanyak 6.487.460 unit. Untuk memahami perilaku konsumen dan perilaku merek, pemasar harus membentuk persepsi mereka melalui citra merek. Hal ini dapat meningkatkan atau menurunkan nilai suatu produk atau layanan bagi pemasar, bisnis, dan pelanggan.

Pertumbuhan peminat pengguna sepeda motor semakin meningkat. Di tengah persaingan banyak merek baru, Honda terus mendominasi pasar. Keunggulan teknologi mesin Honda sudah diakui dunia dan sudah terbukti berkali-kali. Perusahaan Honda telah menciptakan suatu teknologi canggih yang dapat menarik para produsen dalam pembelian sepeda motor honda, yaitu

mesin yang tangguh dan irit bahan bakar, sehingga dapat dijangkau masyarakat umum.

Tabel 1.1

Data Penjualan Sepeda Motor 2022

No	Perusahaan	Terjual
1	Honda	4.385.888 unit
2	Yamaha	1.348.211 unit
3	Kawasaki	78.637 unit
4	Suzuki	72.191 unit
Total		5.886.103 unit

Sumber: www.aisi.or.id

Tabel 1.1 membuktikan bahwa penjualan motor Honda pada tahun 2022 berada ditingkat pertama. Untuk memperkuat pangsa pasar pada sepeda motor *matic*, PT. Astra Honda Motor mengeluarkan berbagai jenis sepeda motor *matic* seperti Honda Vario 160, Honda Adv 160, Genio dan Honda Scoopy *series* terbaru. Perusahaan sepeda motor Honda membuat suatu slogannya yaitu “*One Heart*”. Harapannya, motor Honda *matic* dapat memenuhi kebutuhan masyarakat melalui unsur ekonomis seperti efisiensi bahan bakar dan perawatan, yang telah menjadi karakteristik khas sepeda motor Honda.

Keputusan pembelian merupakan suatu strategi dalam menangani aktivitas manusia untuk memperoleh barang atau jasa dengan maksud memenuhi keinginan dan kebutuhan. Proses tersebut melibatkan pengenalan kebutuhan atau keinginan individu. Menurut definisi Kotler dan Keller, keputusan pembelian diartikan sebagai tahap dalam menyelesaikan masalah dengan cara menganalisis kebutuhan, keinginan, mencari informasi, menilai alternatif

pembelian, membuat keputusan pembelian, dan menunjukkan perilaku setelah pembelian.

Kualitas produk dapat diartikan sebagai tingkat kualitas yang difokuskan pada memuaskan pelanggan, sehingga mencapai tingkat kualitas yang melebihi harapan pelanggan. Menurut Suryani (2013), citra merek mengacu pada persepsi atau kesan yang dimiliki konsumen terhadap suatu merek. Citra merek berkaitan erat dengan sikap, yang mencakup keyakinan dan preferensi terhadap merek tertentu. Kotler dan Keller (2009) menjelaskan bahwa persepsi merupakan suatu proses di mana individu memilih, mengorganisir, dan menafsirkan informasi untuk membentuk pemahaman yang memiliki makna. Salah satu faktor yang memengaruhi sikap pelanggan adalah harga.

Di masa depan, dalam ranah pemasaran, persaingan dalam aspek harga, desain, dan citra merek diperkirakan akan semakin intensif, mempertaruhkan daya tariknya terhadap perhatian konsumen, yang pada gilirannya akan memengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Latar belakang objek penelitian ini merupakan pengguna pada sepeda motor Honda di kota Yogyakarta. Alasan penulis memakai objek sepeda motor Honda untuk melakukan penelitian karena banyaknya masyarakat yang pada saat ini menggunakan merek dari sepeda motor Honda. Dan untuk mengetahui apa saja kelebihan ataupun kelemahan dari motor Honda tersebut dalam bersaing dengan sepeda motor merek yang lain.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang diatas, maka didapat rumusan masalah sebagai berikut:

- A. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda?
- B. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda?
- C. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian yang didapat pada latar belakang yakni:

- A. Menganalisis persepsi harga terhadap keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda?
- B. Menganalisis kualitas produk terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda?
- C. Menganalisis citra merek terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda?

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat diantaranya:

A) Bagi Peneliti

Penelitian ini bertujuan untuk memperluas pengetahuan dan pemahaman peneliti di bidang pemasaran, terutama terkait Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor Honda di Kota Yogyakarta. Penelitian ini memiliki manfaat signifikan dalam mengaplikasikan ide dan konsep yang diperoleh selama masa kuliah ke dalam situasi praktis dalam dunia bisnis.

B) Bagi Akademis

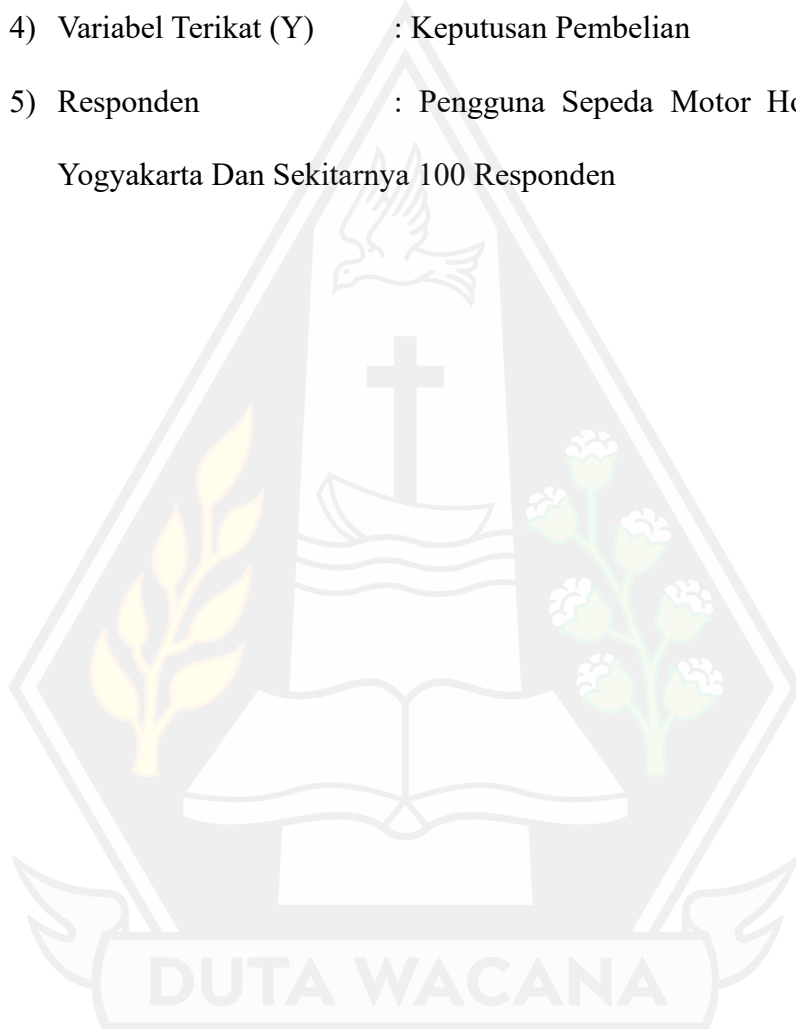
Dengan bantuan penelitian yang dilakukan diharapkan dapat digunakan sebagai acuan mahasiswa pada pengembangan ilmu mengenai persepsi harga, kualitas produk dan citra merek dengan memperhatikan keputusan pembelian terhadap sepeda motor Honda.

C) Bagi Perusahaan

Diharapkan dengan adanya penelitian yang dilakukan, perusahaan dapat menjaga persepsi harga, kualitas produk dan citra merek untuk melihat pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda.

1.5 Batasan Penelitian

- 1) Tempat Penelitian : Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya
- 2) Waktu penelitian : Agustus 2023 – Desember 2023
- 3) Variabel Bebas (X) : Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek
- 4) Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian
- 5) Responden : Pengguna Sepeda Motor Honda di Kota Yogyakarta Dan Sekitarnya 100 Responden



BAB 5

PENUTUP DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Persepsi harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian menggunakan responden dari Kota Yogyakarta dengan periode penelitian Agustus 2023 – Desember 2023.

5.3 Saran

5.3.1 Saran Untuk Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, terdapat rekomendasi untuk penelitian berikutnya guna melengkapi dan menyempurnakan, yaitu:

1. Melibatkan periode waktu yang lebih panjang agar dapat mencakup responden yang berada di luar wilayah Kota Yogyakarta.
2. Mengembangkan dan memperluas cakupan responden untuk memastikan hasil survei dapat mencerminkan pengguna motor Honda dari berbagai kota di Indonesia.

5.3.2 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan hasil dari penelitian, penulis mempunyai pendapat saran untuk sepeda motor Honda untuk perbaikan kedepanya yakni:

1. Lihat lebih banyak komentar dari pengguna Sepeda Motor Honda guna untuk meningkatkan kualitas dari Motor Honda.
2. Upaya dalam menghindari kerusakan produk dimohon untuk melakukan pengecekan kualitas produk.



DAFTAR PUSTAKA

- A, N. F., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Matic "Honda". *Jurnal Menejemen Teori dan Terapan*.
- Aditia, A. R., Wadud, M., & DP, M. K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Sepeda Motor Nmax Pada PT Yamaha A. Rivai Palembang. *1*.
- Dewi, D. A. (2018, October). Uji *Validitas* dan Reliabilitas.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2017). Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio.
- Musay, F. P. (n.d.). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian.
- Purwanto, A. B., & Risaputro, B. H. (2021, Maret 1). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Riset Ekonomi Akuntansi*, *2*.
- Tampi, D., Soegoto, A. S., & Sumarauw, J. S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa. *Jurnal EMBA*, 990-999.
- Wibawa, K. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Manajemen*.

- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Edii13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. (2018). Manajemen Pemasaran. Edisi Tigabelas. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3. In Penerbit Salemba.
- Mistianasari, D., Ngaliman, N., & Yanti, S. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Kfc Batam. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen (SI) Universitas Batam*, 11(3), 243-253.
- Retnowulan, J. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Xiaomi . *e-jurnal riset manajemen BSI Jakarta*, 139-145.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45-53.
- Situmorang, S. H., Muda, I., Doli, M., & Fadli, F. S. (2010). Analisis data untuk riset manajemen dan bisnis. USUpres.
- Situmorang, Syafrizal Helmi. (2018). Analisis Data – Untuk Riset Manajemen dan Bisnis. Medan: USU Press.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta Bandung.
- Tjiptono, F. (2014). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitiab. In 1.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitia*. Yogyakarta: Andi Offset.2014.