

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PAKET DATA PADA KONTER

Meliza R Rohmawati¹, Elis Irmayanti², Efa Wahyu Prastyaningtyas³
Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas
Nusantara PGRI Kediri, Jl.KH. Achmad Dahlan No 76, Kediri, Indonesia
Alamat Email Korespondensi
melizarinir@gmail.com, elis@unpkediri.ac.id
efawahyu@unpkdr.ac.id

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality, price and lifestyle on purchasing decisions for data packages at the AIDA Cell Nganjuk counter. This study uses a purposive sampling technique. The population of this study is the East Lobeser Hamlet, Baron Village, Baron District, Nganjuk Regency, with a sample of 83 respondents. The data analysis technique used is multiple linear regression with Likert scale measurements. The results in this study about the effect of product quality, price and lifestyle on purchasing decisions, based on the results of the t test, it is known that product quality variables do not significantly influence purchasing decisions, price and lifestyle have a significant effect on purchasing decisions. The results of the f test simultaneously affect the Purchase Decision. The coefficient of determination (Adjusted R Square) with a value of 42.5%, the remaining 57.5% is explained in other variables and is not studied in this study.

Keywords: Product Quality, Price, Lifestyle, Purchase Decision

Abstrak

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA Cell Nganjuk. Penelitian ini menggunakan teknik pengambilan sampel Purposive Sampling. Populasi dari penelitian ini yaitu Masyarakat Dusun Lobeser Timur Desa Baron Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk, dengan sampel sebanyak 83 responden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu regresi linier berganda dengan pengukuran skala Likert. Hasil pada penelitian ini tentang pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian, berdasarkan dari hasil uji t maka diketahui variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian, harga dan gaya hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji f secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) dengan nilai sebesar 42,5% yang sisanya yaitu 57,5% dijelaskan pada variabel lain dan tidak dikaji di dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan dan kemajuan teknologi saat ini menyebabkan banyak orang bergantung pada teknologi internet sebagai tempat mencari informasi yang diperlukan. Masyarakat dalam kehidupannya menggunakan internet agar lebih membantu kegiatannya. Salah satu sumber informasi yang sangat cepat saat ini adalah internet, yang banyak diperlukan oleh kalangan akademisi dan masyarakat guna mencari sumber informasi. Tersedianya layanan internet yang didukung dengan banyaknya tawaran, maka dari itu, kalangan akademisi atau masyarakat harus secara selektif dan cerdas untuk mengambil keputusan pembelian pada layanan internet

Harga menjadi salah satu peran utama untuk mempengaruhi minat beli konsumen dan pengambilan keputusan, dimana masyarakat yang mempunyai minat beli karena tergantung pada kemampuan ekonomi dari keluarga (1). Perusahaan juga harus bisa menghasilkan juga menyampaikan barang atau jasa sesuai dengan keinginan dari para konsumen tetapi tetap dengan harga yang sepatutnya karena tidak hanya harga saja yang dipertimbangkan oleh masyarakat melainkan juga dari kualitas suatu produknya, apakah sesuai dengan harga yang sudah ditawarkan oleh perusahaan dan memenuhi keinginan konsumen.

Kualitas produk yang dilihat dari kualitas jaringannya juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian paket data internet, selain itu konsumen cenderung akan memilih paket data yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan budget mereka gaya hidup pada setiap konsumen berbeda-beda dan sangat mempengaruhi pembeliannya.

Gaya hidup atau *life style* yaitu merupakan adaptasi yang aktif pada setiap individu untuk suatu kondisi sosial untuk rangka memenuhi sebuah kebutuhan agar menyatu dan juga dapat bersosialisasi dengan orang lain yang khususnya berkaitan dengan citra pada diri agar merefleksikan status sosialnya (2). Paling utamanya ingin dipersepsikan oleh orang lain, jadi gaya hidup erat kaitannya dengan bagaimana cara membentuk *image* yang ada dimata orang lain dan berkaitan dengan status sosial yang sudah disandangnya. Gaya hidup menunjukkan bagaimana cara orang untuk hidup, bagaimana cara orang membelanjakan uangnya dan bagaimana cara-cara konsumen mengalokasikan waktunya, pada kelompok referensi (*reference group*) yaitu seorang individu maupun sebagai kelompok orang dengan nyata yang mempengaruhi suatu perilaku manusia, terutama pada saat melakukan pembelian konsumen akan memutuskan untuk membeli suatu produk karena memiliki kegunaan yang konsumen cari sesuai dengan informasi yang di dapatkan konsumen (2).

Keputusan pembelian konsumen yang akan menentukan sendiri proses dari pengambilan keputusan pada pembelian mereka, proses itulah yang akan menjadi suatu pendekatan penyesuaian pada masalah yang ada. Keputusan pembelian juga berkaitan dengan anggaran yang dikeluarkan oleh masyarakat untuk membeli suatu barang dengan kualitas dan harga yang ada pada produk tersebut (3). Kualitas produk dari paket data dilihat dari kualitas jaringannya merupakan pengaruh dari keputusan pembelian konsumen. Konsumen yang lebih memperhatikan kecepatan dan kelambatan jaringan yang digunakan pada saat pengaksesan internet. Jaringan yang tersedia saat ini mulai dari 2G, 3G, (WCDM/GSM) hingga saat ini keluar jaringan 4G (LTE) 4G LTE adalah jaringan dengan paling tinggi diantara 2G, dan 3G. Selain jaringan tersedia bagus 4G merupakan jaringan terluas dan terkuat sampai pelosok kota karena hal ini maka sangat diperhatikan oleh konsumen dalam pembelian paket data. Kualitas produk yang dilihat dari kualitas jaringannya juga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian paket data internet, selain itu konsumen cenderung akan memilih paket data yang sesuai dengan kebutuhan, keinginan dan budget mereka karena gaya hidup pada setiap konsumen berbedabeda dan sangat mempengaruhi pembeliannya.

Hal ini sejalan pada suatu penelitian yang menjelaskan bahwa dari harga memiliki pengaruh negatif dikarenakan harga yang sudah ditetapkan oleh perusahaan yang dianggap masih relatif mahal oleh para konsumennya. dan gaya hidup juga sangat berpengaruh dikarenakan perusahaan sudah menjadi bagian gaya hidup dari orang banyak (2). Perusahaan yang telah berhasil menciptakan sebuah citra merek yang sangat baik dari produk yang mereka miliki, kemudian perusahaan juga selalu menjaga kualitas produknya agar konsumen tetap mempercayainya.

Fokus penelitian ini yaitu kualitas jaringan dan juga pelayanan pada konter yang kurang baik maka konsumen tidak merasakan manfaat dari hasil pembelian paket data tersebut, kemudian pada harga yang relatif terjangkau bagi Masyarakat Desa Baron memiliki kondisi ekonomi menengah kebawah karena hal ini yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian dan pada gaya hidup masyarakat yang saat ini banyak bergantung pada teknologi internet maka penggunaan pada paket data yang berbagai macam mulai dari yang konsumtif hingga yang sosialita, masyarakat yang konsumtif akan menggunakan paket data Internet sesuai dengan kebutuhan seperti mencari informasi dan juga yang dapat membantu aktivitasnya, sedangkan masyarakat yang sosialita akan cenderung menggunakan paket data Internetnya untuk memenuhi keinginannya, Seperti remaja yang terlalu sering menggunakan Internet untuk memenuhi keinginan mereka dengan memposting foto dan video di media sosial dan juga menggunakan Internet untuk mencari informasi terbaru tentang gaya berpakaian, berdandan dan lain-lain

Kondisi ekonomi masyarakat Desa Baron relatif menengah kebawah, dapat dilihat dari pekerjaan masyarakatnya yang menjadi petani, buruh pabrik dan masyarakatnya yang memiliki usaha kecil-kecilan seperti membuka toko untuk jajan anak-anak kecil, yang bekerja sebagai pegawai negeri hanya beberapa saja. Masyarakat Desa Baron yang lebih cenderung melihat dari harga lalu membeli paket data internet dengan tingkat sedang yaitu harga dan juga jumlah kuota yang sedang/tidak dengan jumlah kuota yang banyak

Masyarakat desa tidak hanya asal membeli paket data saja tetapi juga mementingkan kecepatan jaringannya bagus atau tidak bagus, karena hal ini yang sangat mempengaruhi daya beli konsumen pada paket data tersebut, paket data yang memiliki kualitas jaringan kurang baik akan cenderung tidak diminati oleh masyarakat meskipun harganya murah, seperti paket data Smartfren yang ditawarkan dengan harga murah dan kuota yang banyak tetapi memiliki kualitas jaringan yang kurang baik di Desa Baron. Masyarakat akan lebih memilih paket data dengan kecepatan jaringan dan juga harga yang seimbang.

METODE

Metode yang dilakukan pada penelitian ini adalah deskriptif berarti mengarah pada pemusatan disetiap variabelnya (4), kemudian Pada penelitian ini populasi yang diteliti yaitu masyarakat di desa lobeser timur membeli layanan paket data pada konter AIDA CEL dengan jumlah populasi yang ada di Dusun Lobeser Timur Desa Baron Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk berjumlah 105 orang dan menggunakan sampel untuk sebagian masyarakat desa lobeser timur yang membeli layanan paket data internet. Dan jumlah dari sampel yang digunakan untuk penelitian ini 83 orang

Penelitian ini yang menggunakan sebuah metode dengan pengambilan sampelnya *Non-Probability Sampling* yaitu sebuah teknik untuk pengambilan sampel. *Purposive Sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel hanya dengan tujuan yang tertentu saja yaitu hanya pada Masyarakat Dusun Lobeser Timur Desa Baron Kecamatan Baron Kabupaten Nganjuk yang membeli di konter AIDA CELL. Teknik pengumpulan data yaitu menggunakan kuesioner yang disebarlang langsung oleh Masyarakat kemudian observasi yang dilakukan peneliti pada konter dengan mengambil informasi yang ada pada konter tersebut, selanjutnya studi pustaka, skripsi maupun buku-buku yang memuat isi materi yang ada pada artikel peneliti. Teknik analisis data yang digunakan untuk penelitian ini yaitu kuantitatif dengan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik dan regresi linier berganda.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Uji Asumsi Klasik

Hasil dari analisis regresi linear berganda pada setiap variabel independen dan dependen.

Table 1. Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik	Hasil Uji	Kesimpulan
Uji Normalitas	Titik-titik menyebar dengan sekitar garis regional kemudian mengikuti arah garis dengan mengikuti garis yang menuju pola distribusi normal. .	Data yang berdistribusi secara normal
Uji Multikolinearitas	Memperoleh nilai <i>tolerance</i> yaitu kualitas produk 0,879, harga 0,740 dan gaya hidup 0,694 dimana nilai <i>tolerance</i> lebih besar dari nilai 0,10 atau dengan nilai VIF yakni kualitas produk 1,173, harga 1,351 dan gaya hidup 1,1441 yang kurang dari 10	Tidak terjadinya Multikolinearitas
Uji Autokorelasi	Nilai DW sebesar 2,214, nilai <i>du</i> yang dicari dari ($k=3$, $N = 83$) sebesar 1,718. Sehingga $4 - 1,718$ ($4 - du$) = 2,282. Selanjutnya dapat disimpulkan nilai pada Durbin Watson berada pada $du < dw < 4 - du$ atau $1,718 < 2,214 < 2,282$.	Tidak terjadi Autokorelasi
Uji Heteroskedastitas	Titik-titik yang menyebar dengan acak dan tersebar diatas dan juga dibawah angka 0 pada sumbu <i>y</i> dalam grafik scatterplot	Tidak terjadi Heteroskedastitas

B. Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi merupakan analisis yang dapat digunakan sebagai pengukur sebuah pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Berikut ini pengaruh antara variabel Kualitas Produk (X_1), Harga Produk (X_2), Gaya Hidup (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y).

**Tabel 2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.502	3.538		1.273	.207
Kualitas Produk	.119	.115	.094	1.034	.304
Harga	.439	.122	.357	3.599	.001
Gaya Hidup	.399	.116	.352	3.438	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Analisis regresi linier berganda maka didapatkan koefisien konstanta dengan nilai Konstanta = 4,502. Jika variabel bebas kualitas produk, harga produk dan gaya hidup dianggap sama dengan nol maka pada keputusan pembelian 4,502 Koefisien $X_1 = 0,199$. Jika variabel bebas kualitas produk yang mengalami sebuah kenaikan 1 poin, sementara itu variabel harga dan juga gaya hidup tetap, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian sebesar 0,199. Koefisien $X_2 = 0,439$. Jika variabel bebas harga produk mengalami sebuah kenaikan 1 poin, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian 0,439. Koefisien $X_3 = 0,399$. Jika variabel bebas gaya hidup mengalami sebuah peningkatan 1 poin, maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,399.

C. Uji Hipotesis

Uji f (Parsial)

Uji t yang dilakukan agar dapat mengetahui pada hipotesis apakah diterima atau tidak (5). Pada pengambilan keputusan yang dilakukan dengan sebuah perbandingan dari t hitung dan t tabel untuk taraf signifikan 5%. atau ($\text{Sig} \leq 0.05$), maka akan dinyatakan pada H_a diterima H_0 ditolak yang artinya terdapat pengaruh antara variabel variabel independen terhadap variabel dependen. Dan sebaliknya, atau ($\text{Sig} \geq 0,05$), jadi H_a ditolak dan H_0 diterima yang artinya tidak berpengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

**Tabel 3. Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.502	3.538		1.273	.207
Kualitas Produk	.119	.115	.094	1.034	.304
Harga	.439	.122	.357	3.599	.001
Gaya Hidup	.399	.116	.352	3.438	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Nilai signifikan Variabel $X_1 > 0,05$ yaitu sebesar 0,304 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini yang berarti X_1 (Kualitas Produk) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian). Nilai signifikan Variabel $X_2 < 0,05$ yaitu 0,001 bernilai 3,599 $> 1,663$ jadi H_a diterima dan pada H_0 ditolak. Hal ini berarti X_2 (Harga) memiliki pengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian). Nilai signifikan Variabel $X_3 < 0,05$ yaitu 0,001 yang bernilai 3,438 $> 1,663$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti X_3 (Gaya Hidup) adanya pengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Uji f (Simultan)

Uji f dilakukan guna untuk mengetahui apakah semua yang ada pada variabel bebas mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat secara bersama-sama.

**Tabel 4. Hasil Uji f
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	278.266	3	92.755	19.474	.000 ^b
Residual	376.288	79	4.763		
Total	654.554	82			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga

Berdasarkan hasil tabel 4 Hasil uji f maka dapat diketahui nilai dari $F_{hitung} = 19,474$ dengan nilai signifikan 0,000 yang berarti variabel X_1 , (Kualitas Produk), X_2 (Harga) dan X_3 (Gaya Hidup) secara simultan berpengaruh terhadap Y_1 (Keputusan Pembelian), maka H_a diterima dan H_0 ditolak menyatakan bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian.

Koefisien Determinasi

**Tabel 5 Koefisien Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.652 ^a	.425	.403	2.18246	2.214

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 5 Hasil koefisien determinasi yang diketahui dengan nilai R square 0,425 = 0,425 = 42,5% dengan tingkat hubungan sedang maka dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga produk dan gaya hidup dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 42,5% yang sisanya yaitu 57,% dijelaskan pada variabel yang lain dan tidak dikaji di dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Pada Konter AIDA CELL Nganjuk.

Berdasarkan hasil dari pengujian analisis data penelitian uji t (parsial) diperoleh nilai signifikan Variabel $X_1 > 0,05$ yaitu sebesar 0,304 maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini yang berarti X_1 (Kualitas Produk) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap Y (Keputusan Pembelian) pada konsumen di konter AIDA CELL Nganjuk. Terdapat faktor yang menyebabkan kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian salah satunya karena faktor dari konter yang kurang memperhatikan kualitas produk pada kecepatan jaringan yang kurang baik dan masa aktif pada paket data yang kurang lama, dan pelayanan pada konter yang kurang baik maka masyarakat Desa Baron tidak mendapatkan manfaat dan juga kesesuaian dari produk paket data yang dibelinya.

Penelitian ini diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa hasil analisis dari variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkon (6)

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Pada Konter AIDA CELL Nganjuk

Berdasarkan pada hasil dari pengujian analisis data uji t pada variabel $X_2 < 0,05$ yaitu 0,001 atau H_a diterima dan H_0 ditolak, harga produk yang secara parsial memiliki pengaruh terhadap Y keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk.

Sejalan dengan penelitian dari Harga Surat Suara Merdeka yang tidak tergolong mahal ataupun murah, tetapi juga sesuai dengan kualitas pemberitaan, dengan adanya informasi secara valid juga manfaat yang di dapat setelah membaca surat kabar setara dengan harga surat kabar (7). Dengan begitu bisa juga

dikatakan bahwa harga pada Suara Merdeka sudah termasuk baik sehingga dapat mempengaruhi pada keputusan pembelian pada konsumen

3. Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Pada Konter AIDA CELL Nganjuk

Berdasarkan hasil penelitian analisis data uji t (parsial) maka diperoleh dengan nilai yang signifikansi dari variabel bebas X_1 adalah $0,001 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_o ditolak jadi gaya hidup memiliki sebuah pengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk. Paket data internet telah mempengaruhi gaya hidup pada masyarakat pada masa saat ini baik dalam aktivitas maupun pada kebutuhan keseharian masyarakat maupun pada kebutuhan sosial masyarakat. Perbedaan gaya hidup setiap individu

Hasil penelitian ini yang diperkuat dengan penelitian gaya hidup adanya sebuah pengaruh positif terhadap keputusan pembelian (2). Hal ini menjelaskan bahwa semakin tinggi gaya hidup, jadi akan semakin tinggi juga pembelannya, dikarenakan, MatahariMall.com telah menjadi sebuah bagian pada gaya hidup orang banyak.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Paket Data Pada Konter AIDA CELL Nganjuk.

Berdasarkan dari hasil analisis penelitian data dengan hasil uji f (simultan) yang menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 19,474$ dengan signifikan $0,000 < 0,05$ maka H_o ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel kualitas produk, harga produk dan gaya hidup secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian

Selain itu, hasil dari koefisien determinasi yang diketahui dengan nilai R square $0,425 = 0,425 = 42,5\%$ dengan tingkat hubungan sedang maka dengan demikian menunjukkan bahwa kualitas produk, harga produk dan gaya hidup dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 42,5% yang sisanya yaitu 57,% dijelaskan pada variabel yang lain dan tidak dikaji di dalam penelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah kualitas produk yang secara parsial tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk yang diperkuat dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa hasil analisis dari variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian yang dilakukan di Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkon karena makanan dan minuman yang ditawarkan memiliki rasa yang urang enak (6). Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk. Gaya Hidup secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk. Kualitas produk, harga dan gaya hidup dengan simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian paket data pada konter AIDA CELL Nganjuk

Seharusnya dalam memilih kualitas produk masyarakat harus lebih teliti dan memperhatikan kualitas produk dari faktor harga yang telah ditetapkan guna mengetahui produk tersebut sesuai dengan keinginan ataukah tidak sesuai dengan keinginan guna mendapatkan sebuah manfaat dari hasil yang sudah dibelinya

DAFTAR RUJUKAN

1. Kaharu D. KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COSMIC Debora Kaharu Anindhyta Budiarti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. 2016;5.
2. Estu Mahanani. PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MATAHARIMALL.COM. 2018;2(2):53–61.
3. Pramudi RY. PENGARUH GAYA HIDUP KONSUMTIF DAN KELOMPOK REFERENSI. 2015;280–301.
4. Muchson. Metode Riset Akuntansi. Guepedia, editor. Kediri: Kediri: Guepedia; 2016.
5. Fitriana, Sudodo Y, Hakim L. (Studi Kasus pada Konsumen Oriflame di Kabupaten Sumbawa). 2019;2(1).
6. Rumondor PW, Tumbel AL, Ogi IW. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi dan Mie Toronata Di Kawangkoan. 2017;
7. Made MG. Pengaruh Promosi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Harian Suara Merdeka. 2015;1–12.