

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN  
KACANG TANAH DI UD. BERKAH ALAM**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M.)  
Pada Program Studi Manajemen



OLEH:

**ALFIAN NUR HUDA  
NPM: 18.1.02.02.0062**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
2022**

**Skripsi Oleh:**

**ALFIAN NUR HUDA**  
NPM: 18.1.02.02.0062

**Judul:**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN  
KACANG TANAH DI UD. BERKAH ALAM**

Telah disetujui untuk diajukan kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Tanggal: 28 Desember 2022

Pembimbing I



Basthoumi Mustih, M.M  
NIDN: 0701018607

Pembimbing II



Edy Djoko S., S.E., M.M.  
NIDN: 0715106203

**Skripsi Oleh:**

**ALFIAN NURHUDA**  
NPM: 18.1.02.02.0062

**Judul:**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI  
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MELAKUKAN PEMBELIAN  
KACANG TANAH DI UD. BERKAH ALAM KABUPATEN NGANJUK**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi  
Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri

Pada Tanggal : 10 Januari 2023

**Dan Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat:**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Basthoumi Muslih, M.M.
2. Penguji I : Dyah Ayu Paramitha, M.Ak
3. Penguji II : Edy Joko S., M.M.



Mengetahui  
Dekan FEB



**Dr. Subagyo, M.M.**  
NIDN: 0717066601

### PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Alfian Nurhuda  
Jenis Kelamin : Laki – laki  
Tempat/ tgl. Lahir : Nganjuk, 06,07, 2000  
NPM : 18.1.02.02.0062  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar Pustaka.

Kediri,  
Yang menyatakan



**ALFIAN NURHUDA**  
**NPM. 18.1.02.02.0062**

## **MOTTO**

*Semua akan terkikis oleh zaman dan seleksi alam,  
maka kita harus pandai  
dalam bertahan di era gempuran ini.*

**Kupersembahkan karya ini buat :  
Keluarga, Tetangga, Negara**

## ABSTRAK

**Alfian Nur Huda:** Analisis kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan konsumen melakukan pembelian kacang tanah di UD Berkah Alam

Kata kunci: kualitas produk, harga, lokasi, dan keputusan konsumen

Penelitian ini dilatar belakangi karena pemasaran UD. Berkah Alam. Mengalami masalah dalam pemasaran yaitu tidak maunya konsumen pembeli kacang tanah tersebut karena kualitas kacang yang kurang baik, harga jual yang menurun karena banyak nya penyakit tanaman, dan lokasi yang tidak strategis.. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode hubungan kausal. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 40 anggota UD berkah alam, yang didapat menggunakan rumus slovin dan dianalisis menggunakan regresi linier berganda dengan *software SPSS for windows* versi 25. Kesimpulan hasil dari penelitian ini adalah (1) kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan konsumen. (2) harga berpengaruh terhadap keputusan konsumen. (3) lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen. (4) kualitas produk, harga, dan lokasi berpengaruh simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD Berkah Alam.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas perkenaan-Nya penyusunan proposal ini dapat diselesaikan.

Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

Pada kesempatan ini diucapkan terima kasih setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Subagyo, M.M., Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen
4. Basthoumi Muslih, M.M Selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah membimbing dan memotivasi.
5. Edy Djoko., M.M Selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah membantu membimbing dan memotivasi.
6. Kedua Orang Tua dan seluruh teman teman yang telah mendukung.
7. Para Petani Kacang Tanah di UD. Berkah Alam yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
8. Para Konsumen UD. Berkah Alam.

Penulis berupaya sebaik mungkin untuk membuat proposal seminar manajemen, namun ada kekurangan, maka kritik, dan saran-saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Kediri, 01 April 2022

Alfian Nur Huda

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PENGESAHAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
HALAMAN PERNYATAAN.....	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Pembatasan Masalah.....	6
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Keputusan Pembelian.....	9
2. Kualitas Produk.....	11
3. Harga.....	13
4. Lokasi.....	16
B. Kajian Penelitian Terdahulu.....	18
C. Kerangka Berpikir.....	20
D. Kerangka Konseptual.....	23
E. Hipotesis.....	24
BAB III : METODE PENELITIAN.....	25
A. Variabel Penelitian.....	25
1. Identifikasi Variabel Penelitian.....	25
2. Definisi Operasional Variabel.....	25
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian.....	26
1. Pendekatan Penelitian.....	26
2. Teknik Penelitian.....	27
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
1. Tempat penelitian.....	27
2. Waktu Penelitian.....	27
D. Populasi dan Sampel.....	27
1. Populasi.....	27
2. Sampel.....	28



E. Instrumen Penelitian.....	28
1. Pengembangan Instrumen.....	29
2. Validitas dan Reabilitas Instrumen .....	30
F. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	33
1. Sumber Data.....	33
2. Teknik Pengumpulan Data.....	34
G. Teknik Analisis Data .....	35
1. Teknik Analisis Deskriptif.....	35
2. Uji Asumsi Klasik .....	36
3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	37
4. Koefisien Determinasi R <sup>2</sup> .....	38
5. Uji Hipotesis .....	38
 BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN .....	 41
A. Gambaran Umum Subjek Penelitian .....	41
B. Deskripsi Data Variabel .....	45
C. Hasil Analisis Data.....	49
1. Uji Asumsi Klasik .....	49
2. Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3. Koefisien Determinasi Ajusted .....	54
D. Hasil Pengujian Hipotesis .....	55
1. Uji Parsial (Uji t) .....	55
2. Uji Simultan (Uji F) .....	57
E. Pembahasan.....	58
 BAB V : SIMPULAN DAN SARAN.....	 61
A. Simpulan.....	61
B. Saran.....	62
 DAFTAR PUSTAKA .....	 64
LAMPIRAN.....	66

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	18
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	26
Tabel 3. 2 Rencana Pertanyaan Kuisisioner .....	29
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	31
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	32
Tabel 3. 6 Rata-rata Distribusi Frekuensi .....	36
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 4. 3 Responden Mengenai Kualitas Produk.....	45
Tabel 4. 4 Responden Mengenai Harga .....	46
Tabel 4. 5 Responden Mengenai Lokasi .....	47
Tabel 4. 6 Responden Mengenai Keputusan Pembelian .....	48
Tabel 4. 7 Hasil Uji Multikolinieritas .....	51
Tabel 4. 8 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi Adjusted.....	55
Tabel 4. 10 Hasil Uji Parsial (Uji t) .....	56
Tabel 4. 11 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	57

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	23
Gambar 4. 1 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas Grafik Probability Plot.....	50
Gambar 4. 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	67
Lampiran 2 Output SPSS Uji Normalitas .....	71
Lampiran 3 Output SPSS Uji Multikolinieritas .....	72
Lampiran 4 Output SPSS Uji Heteroskedastisitas .....	73
Lampiran 5 Output SPSS Regresi Linier Berganda.....	74
Lampiran 6 Output SPSS Uji Koefisien Determinasi .....	75
Lampiran 7 Output SPSS Uji Parsial .....	76
Lampiran 8 Output SPSS Uji Simultan.....	77
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian .....	78
Lampiran 10 Berita Acara Kemajuan Skripsi .....	79

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pesatnya perkembangan dunia bisnis saat ini membuat persaingan semakin ketat sehingga menuntut produsen untuk lebih peka, kritis dan reaktif terhadap berbagai perubahan dalam lingkungan bisnis. Perusahaan harus bekerja keras membuat kebijakan-kebijakan strategis baru dalam menjual produk dan jasa. Setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas.

Menurut Kotler (2010) pemasaran adalah sebagai suatu proses sosial dan managerial yang membuat individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbal balik produk dan nilai dengan orang lain. Dalam konsep bisnis, pemasaran merupakan salah satu faktor penting yang sangat berpengaruh. Untuk membuat para konsumen tertarik dengan produk kita tentu nya kita harus memberikan kualitas produk yang baik, dengan begitu konsumen akan mempertimbangkan mana produk yang akan dipilih.

Keputusan konsumen adalah tindakan atau perilaku konsumen dalam menetapkan atau memilih barang sesuai keinginan berdasarkan beberapa pertimbangan, perihal tersebut hampir sama dengan teori Tjipjono (2014) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan

mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Lisara et al, (2021) Menyatakan keputusan pembelian sebagai salah satu perilaku konsumen memutuskan produk yang akan dibeli. Lubis dan Hidayat (2007) Menyatakan bahwa pengambilan keputusan adalah pemilihan alternatif perilaku dari dua alternatif atau lebih, tindakan untuk memecahkan masalah yang dihadapi melalui pemiliha satu diantara alternatif alternatif lainnya. Maka dari itu agar para konsumen di UD. Berkah Alam tidak ragu untuk memutuskan pembelian kacang tanah, maka perusahaan harus mampu memiliki komitmen yang tinggi agar para konsumen tidak lari ke penjual kacang tanah yang lain.

Tidak hanya keputusan pembelian, faktor yang harus diperhatikan untuk meningkatkan penjualan kacang adalah kualitas produk, menjaga kualitas produk juga perlu ditingkatkan karena kualitas produk merupakan salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Menurut Kotler & Keller (2012), kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Selain itu. Menurut Prajati (2013:16) kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada nilai atas kesesuaian dengan standart ukur yang diterapkan. Sedangkan Menurut Amstrong (2003) kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplementasikan. UD. Berkah

Alam sendiri sangat menjaga kualitas produk karena keputusan pembelian berawal dari kualitas produk yang baik, jika sudah baik maka para konsumen pembelian akan meningkat pula.. Hal ini sesuai dengan penelitian Fajar (2018) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen

Menurut Rahmidiani (2019) harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan suatu pembeli, harga cukup berperan dalam pembelian konsumen, untuk itu sebelum menetapkan suatu harga, sebaiknya perusahaan melihat beberapa referensi harga suatu produk yang dinilai cukup tinggi dalam penjualan. Maka dari itu UD. Berkah Alam harus memperhatikan soal harga produk kacang tanah, sebagai seorang pembisnis harga menjadi persoalan yang sangat sulit, jadi UD Berkah Alam melakukan survey terhadap kompetitor, untuk mengetahui harga yang ada dipasaran, dengan begitu UD Berkah Alam mampu menentukan harga yang sesuai dengan realitas yang ada di lapangan. Hal ini dilakukan karena para perusahaan lain juga akan melakukan persaingan dalam soal harga. Hal ini sesuai dengan penelitian Fetrizen (2018) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Lokasi adalah tempat secara fisik, atau lokasi pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Menurut Rusdiana (2014:248), Lokasi adalah tempat bisnis dijalankan pada tempat yang sesuai untuk menghasilkan keuntungan maksimal Menurut Kotler (2018:339) Pemilihan lokasi yang tepat akan lebih sukses dibandingkan pemilihan lokasi yang kurang strategis.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha sehingga dapat memaksimalkan laba. Banyak sekali faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen terutama lokasi, lokasi yang strategis membuat usaha yang kita bangun akan menjadi berkembang. Beberapa faktor yang strategis adalah misalnya lokasi dekat dengan pasar, dengan begitu masyarakat lebih memilih produk kita yang tempat nya lebih dekat, dengan dibarengi lokasi yang strategis, harga dan kualitas produk juga menjadi faktor lain yang membuat keputusan konsumen memilih produk kita. Hal ini sesuai dengan penelitian Hidayat (2018) yang mengatakan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

UD Berkah Alam adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang pertanian atau lebih tepatnya berfokus pada penjualan kacang tanah. UD. Berkah Alam ini berada di Desa Plosoharjo Kecamatan Pace Kabupaten Nganjuk. Masalah yang dihadapi oleh UD. Berkah Alam di Desa Plosoharjo Kecamatan Pace Nganjuk, banyak sekali yaitu tidak maunya konsumen pembeli kacang tanah tersebut karena kualitas kacang yang kurang baik, dan hal yang menyebabkan para pembeli kecewa karena kacang tersebut terkena hama penyakit, mulai dari jamur, grandong, atau dari hama kecil yang menyebabkan tanaman tersebut kering sebelum waktu panen sehingga isi kacang tersebut tidak bisa penuh, menyebabkan kualitas kacang tanah tersebut kurang bagus, dan hal itu juga mempengaruhi harga jual kacang tanah yang menurun drastis tidak hanya kualitas produk dan harga yang terancam, lokasi menjadi faktor selanjutnya yang menyebabkan perusahaan gulung



tikar/bangkrut karena lokasi yang kurang strategis jauh dari hiruk pikuk perkotaan, konsumen akan lebih memilih lokasi yang strategis dan dekat dengan kebutuhannya. Hal hal tersebut yang mempengaruhi keputusan pembelian dari para konsumen yang ingin membeli kacang tanah di UD. Berkah Alam.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian yakni **“Analisis Pengaruh Kualitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Pembelian di UD. Berkah Alam”**

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Faktor kualitas harus sangat diperhatikan karena jika ada penurunan kualitas, nanti nya akan menyebabkan konsumen komplain.
2. Harga yang umum mempengaruhi keputusan pembelian di UD. Berkah Alam, apa bila harga yang ditawarkan tidak sesuai dengan kualitas maka akan sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian..
3. Lokasi yang strategis akan mempengaruhi keputusan pembelian di UD. Berkah Alam karena dekat dengan para konsumen dan perkotaan.
4. Konsumen pada saat melakukan pembelian harus memperhatikan kualitas kacang tanah agar kacang tanah tersebut mudah untuk dijual lagi ke konsumen.

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah, di atas untuk menghindari meluasnya permasalahan, maka penelitian ini dibatasi pada masalah faktor - faktor yang mempengaruhi kualitas, harga, lokasi dan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian di UD. Berkah Alam. Objek yang diteliti adalah para konsumen pembeli kacang tanah di UD. Berkah Alam pada tahun 2022.

### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan batasan masalah, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kacang tanah di UD. Berkah Alam?
2. Adakah pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kacang tanah di UD. Berkah Alam?
3. Adakah pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap konsumen dalam melakukan pembelian kacang tanah di UD. Berkah Alam?
4. Adakah pengaruh yang signifikan antara kualitas, harga, lokasi terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian kacang tanah di UD. Berkah Alam?

## **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini antara lain untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Berkah Alam.
2. Untuk menganalisis harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Berkah Alam.
3. Untuk menganalisis lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Berkah Alam.
4. Untuk menganalisis kualitas produk, harga, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Berkah Alam.

## **F. Manfaat Penelitian**

### 1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis diharapkan penelitian ini dapat memberikan sumbangan yang positif pada perkembangan pemasaran khususnya melalui ilmu manajemen terutama tentang perilaku konsumen.

### 2. Kegunaan Praktis

#### a. Bagi Perusahaan

Peneliti berharap dengan penelitian ini dapat memberikan sumbangsih pemikiran sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang membangun keputusan konsumen untuk meningkatkan pendapatan dan kinerja perusahaan

b. Bagi Peneliti

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi peneliti, sebagai sarana untuk menerapkan serta membandingkan antara ilmu yang diperoleh dari bangku perkuliahan dengan keadaan yang sebenarnya pada obyek penelitian sehingga dapat mengetahui penerapan teori dalam perusahaan. Selain itu, diharapkan penelitian ini kelak dapat dijadikan referensi bagi peneliti lain yang mengambil topik berkaitan dengan Kualitas produk, Harga, Lokasi badan usaha dan Keputusan Pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa)*. Erlangga.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Joshua, dkk (2016) *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE.
- Baum, F. (2012). *Kendali Mutu Terpadu (alih bahasa)*. Erlangga.
- Buchari, A. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. BPFE.
- Fandy Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. andi.
- Fetritzen, N. A. (2018). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN AIR MINUM DALAM KEMASAN (AMDK) MEREK AICOS PRODUKSI PT. BUMI SARIMAS INDONESIA*.
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Hidayat, T. (2018). analisis pengaruh produk, harga, dan promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Manajemen* (14th ed.). harlow pearson.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran* (13 (bahasa)).
- Tjiptono. (2015). *Strategi Pemasaran*. andi.
- Fetritzen, Aziz (2019) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek Aicos Produksi Pt. Bumi Sarimas Indonesia*
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan IBM SPSS 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas PGRI Madiun*, 6(2).
- Kotler & Armstrong. (2012). *Philip Kotler Gary Armstrong, Prinsip-prinsip Pemasaran edisi 12 jilid 1. intro ( PDFDrive.com ).pdf* (pp. 1–27).
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Manajemen* (14th ed.). harlow pearson.
- Kotler, P. dan K. K. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Laksana, F. (2008). Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis. In *Graha Ilmu*.
- Lupiyoadi, R. dan A. H. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Salemba Empat.
- Fernando, dkk (2018) *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar*
- Rahmidiani, D. K. (2019). *Persepsi Masyarakat terhadap Minat Pembiayaan Murabahah di Bank Syariah Kota Pontianak. Jurnal Kajian Ilmiah Akuntansi Fakultas Ekonomi UNTAN (KIAFE)*.
- Ries, W., Schenzer, A., Lüken, J., Ries, C., & MacHraoui, A. (2012). *Diuretic resistance and mechanical ventilation in decompensated cor pulmonale. Successful treatment by slow continuous ultrafiltration. Der Internist*, 53(8). <https://doi.org/10.1007/s00108-012-3081-y>
- Sopian, A. M. (2017). *Pengaruh Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.

- Sugiyono. (2015). Sugiyono, *Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta, 2015), 407
- Suwarman. (2014). Perpindahan Merek: Atribut Produk, Harga, dan Keterlibatan Konsumen. *Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5.
- Astuti (2013) *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen*
- Swastha, B. dan I. S. (2010). *Pengantar Bisnis*. Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (4th ed.). Andi Offset.
- Umar, A. U. A. Al, & Savitri, A. S. N. (2019). *Analisis Pengaruh Roa, Roe, Eps Terhadap Harga Saham Ahmad*. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9).
- Utami, C. W. (2010). *Manajemen Ritel: Strategi dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Van Rijswijk, W., & Frewer, L. J. (2012). *Consumer needs and requirements for food and ingredient traceability information*. *International Journal of Consumer Studies*, 36(3). <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2011.01001.x>
- Wijaya, T. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. PT Indeks.