

## **PENGARUH HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan Ciamis)**

Anisa Agustina<sup>1</sup> M.Azis Basari<sup>2</sup>, dan Nina Herlina<sup>3</sup>  
<sup>123</sup>Fakultas Ekonomi Unviersitas Galuh  
[anichaagustina21@gmail.com](mailto:anichaagustina21@gmail.com)

### **ABSTRAK**

*Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian (Suatu Studi pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1). Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan? 2). Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan? 3). Bagaimana pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan? Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sedangkan untuk menganalisis data yang diperoleh digunakan Analisis Koefisien Korelasi Sederhana, Analisis Koefisien Regresi Sederhana, Koefisien Determinasi, Analisis Koefisien Korelasi Berganda, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t, Uji f. Hasil Penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan besarnya pengaruh 46,25% dan sisanya 53,75% dipengaruhi oleh faktor lain ; kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan besarnya pengaruh 8,55% dan sisanya 91,45% dipengaruhi oleh faktor lain ; dan harga dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan besarnya pengaruh 57,30% sedangkan sisanya 42,70%.. Diharapkan Swalayan Sumber Mulya Panawangan dapat mempertahankan Harga dan Kelengkapan Produk sehingga dapat meningkatkan Keputusan Pembeliannya.*

**Kata Kunci : Harga, Kelengkapan Produk, Keputusan Pembelian**

### **Pendahuluan**

Di era moderen ini permintaan terhadap produk sangat meningkat, sehingga banyak para pembisnis berlomba-lomba untuk meciptakan lapangan pekerjaan khususnya dalam bidang pemasaran. Produk yang berbentuk toko, minimarket, pasar swalayan dan lain-lain. Pemasaran merupakan hal yang paling mendasar dan sangat penting untuk dipahami oleh setiap pelaku dalam dunia usaha, karena berhasil tidaknya perusahaan dalam mempertahankan dan mengembangkan usaha tersebut dapat diterima oleh konsumen.

Saat ini minimarket atau pasar swalayan semakin banyak dibuka diberbagai tempat baik dikota besar maupun dikota kecil. Dengan adanya minimarket atau pasar swalayan merupakan tuntutan perubahan gaya hidup masyarakat. Hal ini membuat semakin banyak produsen yang

menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak untuk menentukan jadi atau tidaknya pembelian. Minimarket atau pasar swalayan menyediakan berbagai kebutuhan atau keperluan konsumen dalam jumlah yang cukup besar. Produk-produk yang ditawarkan begitu beragam dengan kualitas yang juga sangat bervariasi.

Pada era globalisasi seperti saat ini toko atau swalayan sangat pesat dan penuh dengan persaingan yang ketat. Hal ini sesuai dengan kecenderungan perekonomian global dimana perusahaan seperti toko atau swalayan semakin diperhitungkan. Tuntutan globalisasi menjadi hal yang harus dihadapi oleh perusahaan agar tetap bertahan dan bersaing dipasar global. Persaingan akan membawa perubahan bagi perusahaan yang dapat memberikan apa yang benar-benar di inginkan dan dibutuhkan oleh konsumen yang kemudian akan mengarah pada keputusan pembelian.

### **Rumusan Masalah**

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan?
2. Bagaimana pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan?
3. Bagaimana pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan?

### **Tujuan Penelitian**

1. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan.
2. Pengaruh kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan.
3. Pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan.

### **Manfaat Penelitian**

#### Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan dan pengembangan ilmu Ekonomi Manajemen dalam bidang manajemen pemasaran sehingga dapat diambil manfaat dan dapat diaplikasikan dalam kegiatan perkuliahan.

## Manfaat Praktis

1. Bagi penulis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan dimana bisa dijadikan perbandingan antara teori-teori dengan pelaksanaan dilapangan mengenai harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada perusahaan yang diteliti.
2. Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan bahan untuk mengevaluasi terhadap kekurangan yang ada didalam perusahaan sehingga bisa menjadi masukan untuk perkembangan dimasa yang akan datang, sehingga dapat meningkatkan pendapatan serta citra yang baik bagi perusahaan.
3. Bagi pembaca, penelitian ini diharapkan menjadi tambahan informasi dan pengetahuan yang sekiranya diperlukan.
4. Bagi masyarakat, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai bahan pertimbangan dalam membeli produk.

## Landasan Teoritis

### Pengertian Harga

Harga merupakan satu-satunya elemen yang paling menentukan bagi perusahaan untuk mendapatkan pendapatan. Selain itu harga juga merupakan elemen yang paling fleksibel dalam elemen bauran pemasaran. Harga juga merupakan faktor yang paling penting dan rumit yang dihadapi oleh para manajer perusahaan. Sehingga penetapan harga merupakan permasalahan yang paling utama yang harus dihadapi oleh para eksekutif.

Menurut Dr. Apri Budianto (2020:275), pengertian Harga yaitu tidak sekedar angka yang tertera dalam sebuah label yang menempel pada sebuah produk atau yang tertera dalam sebuah daftar harga. Harga tidak bisa terlepas dari kehidupan kita, harga terdapat dimana mana. Harga akan terjadi pada saat kita menikmati sebuah produk, jasa atau pada saat kita harus membayar tagihan atau utang. Sedangkan Alma (2014:123), Harga adalah nilai suatu barang dinyatakan dalam bentuk uang.

### Indikator Harga

Menurut Stanton (2010:25) indikator yang digunakan untuk mengukur harga, yaitu :

1. keterjangkauan harga.

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka dapat dijangkau oleh para konsumennya. Harga yang sesuai dan terjangkau tentunya akan menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli produk mereka.

2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produknya sesuai dengan kualitas produk yang mereka hasilkan, misalnya jika harganya tinggi maka kualitas produk yang diberikan pun memiliki kualitas yang tinggi sehingga konsumen pun merasa tidak keberatan jika membeli produk tersebut.

3. Daya saing harga.

Dalam pasar, perusahaan sebaiknya juga memperhatikan bahwa harga yang diberikan memiliki daya saing yang tinggi terhadap para kompetitornya. Jika harga yang diberikan terlampaui tinggi di atas harga para kompetitor maka produk tersebut tidak memiliki daya saing yang baik.

4. Kesesuaian harga.

Manfaat produk yang dimiliki harus sesuai dengan harga yang diberikan oleh perusahaan terhadap produk mereka. Ada baiknya jika harga yang tinggi memiliki manfaat produk yang tinggi pula.

### **Pengertian Kelengkapan Produk**

Produk merupakan salah satu aspek penting dalam marketing mix. Produk juga merupakan salah satu hal yang menentukan dalam kegiatan suatu usaha, karena tanpa produk suatu perusahaan tidak dapat melakukan kegiatan untuk mencapai hasil yang diharapkan. Banyaknya pesaing dalam dunia bisnis mengharuskan suatu perusahaan untuk mempunyai produk unggulan atau kelebihan dibandingkan produk yang di hasilkan oleh perusahaan lain. Suatu produk tidak dapat dikatakan memiliki nilai jual, jika produk tersebut tidak menarik bagi konsumen.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:346) mengemukakan bahwa Produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan.

### **Indikator Kelengkapan Produk**

Menurut (Alreza et al, 2013) mengemukakan indikator dari kelengkapan produk, yaitu:

1. Keragaman produk yang dijual

Keragaman produk merupakan kumpulan seluruh produk dan barang yang ditawarkan penjual tertentu kepada pembeli.

2. Variasi produk yang dijual

Variasi produk merupakan jenis atau macam produk yang dijual.

3. Ketersediaan produk yang dijual

Perusahaan harus dapat mendistribusikan produk dengan baik agar produk dapat diperoleh dengan mudah oleh konsumen.

4. Macam merek yang tersedia

Banyaknya jenis merek yang tersedia di toko.

### **Pengertian Keputusan pembelian**

Menurut Kotler & Amstrong (2013:181) bahwa Keputusan pembelian (*purchase decision*) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai". Pengambilan keputusan merupakan suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkannya dan mempergunakan barang yang ditawarkannya. Keputusan pembelian merupakan suatu individu atau konsumen yang mempertimbangkan secara matang produk yang akan dibeli atau digunakan.

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dan Keller (2016:187) Terdapat 6 indikator dari keputusan pembelian, yaitu:

1. Pemilihan Produk (Product Choice) Konsumen menentukan produk mana yang akan dibeli, konsumen akan membeli produk yang memiliki nilai baginya. Perusahaan harus mengetahui produk seperti apa yang diinginkan konsumen.
2. Pemilihan Merek (Brand Choice) Konsumen harus menentukan merek mana yang akan dibeli, setiap merek memiliki perbedaan-perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.
3. Pemilihan Saluran Pembelian (Dealer Choice) Konsumen dapat mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur, dapat dikarenakan faktor lokasi yang dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan berbelanja, dan keleluasaan tempat.
4. Penentuan Waktu Pembelian (Purchase Timing) Keputusan Konsumen dalam pemilihan waktu pembelian dapat berbeda-beda.
5. Jumlah Pembelian (Purchase Amount), Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya pada suatu saat. Pembelian yang dilakukan mungkin dari satu jenis produk. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda dari para pembeli.

6. Metode Pembayaran (Payment Method), Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang akan dilakukan dalam pengambilan keputusan konsumen menggunakan produk atau jasa. Saat ini keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek budaya, lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan transaksi baik di dalam maupun di luar rumah.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2013:7) Metode Kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya digunakan secara random pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jumlah ukuran populasi dari objek yang akan diteliti di dalam penelitian ini adalah konsumen atau pelanggan dari Swalayan Sumber Mulya Panawangan sebanyak 99 responden (konsumen).

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

#### **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan**

Harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk barang maupun jasa. Lebih luas lagi, harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk baik barang maupun jasa. Banyak hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang telah dikemukakan sebelumnya bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga, sehingga harga yang terdapat di Swalayan Sumber Mulya Panawangan baik atau tinggi. Selain itu, harga yang tinggi merupakan salah satu kunci untuk memperoleh keputusan pembelian yang tinggi pula, sehingga dengan terciptanya harga yang tinggi terciptanya keputusan pembelian yang tinggi. Terbukti dari dua belas item pernyataan tentang variabel harga dan menghasilkan skor 4466 tabel 4.19 dari skor maksimal 5940.

Hubungan antara harga dengan keputusan pembelian sebesar 0,680 dalam kategori kuat sesuai tabel 3.3 artinya harga dengan keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya memiliki hubungan yang kuat.

Berdasarkan hasil pembuktian hipotesis, diketahui bahwa harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan tingkat hubungan yang termasuk dalam kategori kuat, artinya variabel bebas yaitu harga mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen.

Penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu, Rosa Lemana (2017) yang menguji Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen ( Studi Kasus Pada Toko H. Uding Cisauk Tangerang ) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Pengaruh Kelengkapan Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan secara simultan.

### **Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan**

Kelengkapan Produk merupakan keberagaman yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko. Pengecer perlu mengetahui produk apa saja yang dapat ditawarkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan adanya kelengkapan produk dapat memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk menentukan pilihan produk yang akan dibeli sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan. Kelengkapan produk pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan sejauh ini sangat beragam karena pihak toko atau perusahaan mampu memasarkan berbagai jenis produk yang memiliki variasi baik dari segi merek produk, kelengkapan serta variasi kualitas produk. Hal tersebut dapat dilihat dari aspek keragaman produk yang dijual, Swalayan Sumber Mulya memiliki jenis produk yang lengkap. Selanjutnya dari aspek variasi produk yang dijual, terdapat variasi merek produk yang dijual di Swalayan Sumber Mulya. Dilihat dari aspek ketersediaan produk yang dijual, Swalayan Sumber Mulya memiliki stock produk yang memadai/ mencukupi. Sedangkan dilihat dari aspek macam merek yang tersedia selama ini Swalayan Sumber Mulya memiliki berbagai pilihan merek produknya. Sehingga dengan demikian maka jika kelengkapan produk yang dipasarkan oleh Swalayan Sumber Mulya

Panawangan sudah lengkap maka akan meningkatkan keputusan konsumen untuk membeli produk yang telah dipasarkan oleh pihak toko atau perusahaan.

Berdasarkan hasil pembuktian hipotesis, diketahui bahwa kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan tingkat hubungan yang termasuk dalam kategori lemah, walaupun begitu kelengkapan produk tetap mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan melengkapi dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ita Masibbuk (2019) yang menguji Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dan tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk, kualitas layanan dan tata letak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado.

### **Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Swalayan Sumber Mulya Panawangan**

Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu. Pengambilan keputusan konsumen pada dasarnya merupakan proses pemecahan masalah yang dihadapinya dengan tegas.

Penelitian ini sesuai dengan teori yang telah dikemukakan sebelumnya, terbukti adanya hubungan harga dan kelengkapan produk dengan keputusan pembelian sebesar 0,75 dalam kategori kuat, sesuai tabel 3.3 artinya harga dan kelengkapan produk dengan keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan memiliki hubungan kuat.

Berdasarkan hasil pembuktian hipotesis, diketahui bahwa harga dan kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan dengan tingkat hubungan yang termasuk dalam kategori kuat, artinya variabel bebas yaitu harga dan kelengkapan produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian yang peneliti lakukan melengkapi dan memperkuat hasil penelitian yang dilakukan oleh Ita Masibbuk (2019) yang menguji Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dan tata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa variabel

kelengkapan produk, kualitas layanan dan tata letak berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado.

## **Simpulan dan Saran**

### **Simpulan**

Berdasarkan pada tujuan penelitian dengan merujuk pada deskripsi dan pembahasan hasil penelitian mengenai pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Variabel harga mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan. Indikator yang paling berpengaruh tinggi ialah kesesuaian harga dengan kualitas produk. Namun daya saing harga dalam harga belum dilaksanakan dengan baik sehingga pengaruhnya paling rendah.
2. Variabel kelengkapan produk mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan. Indikator yang paling berpengaruh tinggi ialah ketersediaan produk yang dijual. Namun keragaman produk yang dijual belum dilaksanakan dengan baik sehingga pengaruhnya paling rendah.
3. Harga dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada Swalayan Sumber Mulya Panawangan. Namun keputusan pembelian pada Swalayan Sumber Mulya yang paling berpengaruh tinggi ialah metode pembayaran. Hanya saja jumlah pembelian pada sebuah produk masih kurang sehingga pengaruhnya paling rendah. Selanjutnya keputusan pembelian lebih besar dipengaruhi oleh harga yang kemudian oleh kelengkapan produk.

### **Saran**

Adapun saran yang dapat diberikan untuk Swalayan Sumber Mulya Panawangan yang diambil dari poin terendah masing-masing indikator tiap variabel adalah :

1. Dalam harga hendaknya daya saing harga perlu dipertimbangkan juga. Hal ini dikarenakan daya saing harga adalah aspek yang menentukan pembeli untuk memutuskan membeli produk dengan harga yang ekonomis. Maka dari itu saran bagi perusahaan agar meningkatkan kembali harga terutama dalam indikator daya saing harga salah satunya dengan memberikan potongan harga pada moment tertentu (seperti tahun baru, hari raya dan lain sebagainya), mendapatkan cashback dalam pembelian

- produk tertentu, mendapatkan bonus saat pembelian produk dan meningkatkan promo bagi produk-produk yang banyak diminati oleh konsumen.
2. Dalam kelengkapan produk hendaknya harus mempertimbangkan keragaman produk yang dijual . Hal ini dikarenakan keragaman produk yang dijual di Swalayan Sumber Mulya masih kurang, maka perlu adanya peningkatan lagi dalam segi kelengkapannya. Contohnya dalam hal update produk terbaru, beraneka ragam dan booming juga meningkatkan produk yang paling banyak dicari oleh konsumen, dan lain sebagainya.
  3. Dalam keputusan pembelian indikator jumlah pembelian masih rendah, hal ini dikarenakan Swalayan Sumber Mulya Panawangan jarang sekali mengadakan diskon ataupun promo dalam jumlah pembelian tertentu yang membuat konsumen merasa kecewa dan jarang melakukan pembelian dalam jumlah besar. Maka disarankan, pihak swalayan memberikan cashback atau potongan harga bagi jumlah pembelian tertentu dan bagi jumlah pembelian yang nominalnya besar.

#### Daftar Pustaka

- Aminullah, R. Suharto, A. Diansari, T. 2019. Dampak Harga, Lokasi, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam Jurnal Penelitian Ipteks. Vol. 4 No. 2. Diakses pada tanggal 06-10-2020.
- Budianto, A. 2020. *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua*. Yogyakarta: Penerbit Ombak.
- Febriatmoko, Anjar. 2018. Pengaruh Store Atmosphere Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam Jurnal Ilmu Manajemen Vol. 6, No. 4. Diakses pada tanggal 09-02-2021.
- Hasibuan, M. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Cetakan ke enam belas. PT. Bumi Aksara.
- Indra, Rissa Ryanti, Budi. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Tingkat Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Kotler, P dan Armstrong, G. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Edisi Kedua belas. Penerbit Erlangga.
- Lemana, Rosa. Juwardi. 2017. Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Dalam Jurnal Pemasaran Kompetitif. Vol. 1, No. 1. Diakses pada tanggal 09-02-2021.
- Masibbuk, I. Moniharapon, S. 2019. Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Layanan Dantata Letak Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Golden Pasar Swalayan Di Kota Manado). Dalam Jurnal EMBA. Vol.7 No.1. Diakses pada tanggal 06-10-2020.

- Meliana, Sulistiono. Setiawan, Budi. 2013. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian. Dalam Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan. Vol. 1, No. 3. Diakses pada tanggal 09-02-2021.
- Putri, Budi T R. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Denpasar : Penerbit Upada Sastra.
- Radjab, E. dan Jam'an, A. 2017. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Makasar : Penerbit Lembaga Perpustakaan dan Penerbitan Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Sudrajat, R. 2018. Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Skripsi pada Program Studi Manajemen FE Unigal. Tidak diterbitkan.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan ke 19. Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kauntitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Cetakan ke dua. Alfabeta.
- Swalayan Sumber Mulya. 2021. Profil Perusahaan. Panawangan : Swalayan Sumber Mulya
- Wijaya, C dan Rifa'I, M. 2016. *Dasar-Dasar Manajemen*. Medan : Penerbit Perdana Publishing.