

PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SAYURAN HIDROPONIK DI KOTA SORONG (STUDI PASCA PANDEMI COVID 19)

Nilam Mutiara Kasih¹, Susetyowati Sofia^{*2}, Rokhimah³

^{1,2}Universitas Muhammadiyah Sorong, Indonesia

³ Institut Agama Islam Negeri Sorong, Indonesia

¹nillammutiarakasih@gmail.com, ^{*2}susetyowati.sofia@gmail.com,

³rokhimah@iainsorong.ac.id

Received: 12-04-2024

Revised: 20-04-2024

Approved: 29-04-2024

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di kota Sorong. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 92 responden dan menggunakan metode sampel jenuh. Penelitian ini menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket dan observasi lapangan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan gaya hidup secara parsial maupun simultan mempunyai pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik di kota Sorong.
Kata Kunci : *Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.*

PENDAHULUAN

Pandemi Covid-19 merupakan permasalahan yang serius dan krusial bagi seluruh negara, salah satunya yaitu Indonesia. Kasus Covid-19 pertama kali di Indonesia ditemukan di Kota Depok, Jawa Barat pada 2 Maret 2020. Sehingga, pemerintah Indonesia menyatakan secara resmi bahwa terdapat dua Warga Negara Indonesia (WNI) yang telah terkonfirmasi Positif Covid-19. Dampak covid-19 yang terjadi di seluruh dunia berpengaruh pada aktivitas kegiatan yang sangat terbatas, hal ini juga berdampak di Indonesia. Adapun perubahan yang terjadi pada saat covid-19 salah satunya yaitu pentingnya menjaga kesehatan dan kekebalan tubuh agar tidak mudah terserang virus dengan merubah perilaku pola hidup yang lebih baik. Adanya perubahan pola hidup, perilaku masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian pun ikut berubah.

Proses pengambilan keputusan merupakan salah satu sikap dari seseorang dalam mengevaluasi sebuah barang sesuai dengan kriteria dan kebutuhannya. Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa atau pengenalan kebutuhan dan keinginan, pencarian informasi, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler, 2018). Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Suci, proses pengambilan keputusan merupakan salah satu sikap seseorang dalam menilai suatu barang berdasarkan kriteria dan kebutuhannya. Keputusan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa dapat dipengaruhi oleh lingkungan yang ada (Pangestu, 2016). Keputusan pembelian suatu produk atau jasa yang dilakukan oleh seorang konsumen dapat muncul karena adanya pengaruh dari lingkungan saat ini.

Adapun faktor penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian yaitu harga. Harga menjadi ukuran atas besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap barang atau jasa yang dibelinya. Ketika konsumen merasa puas, mereka dengan senang hati membayar barang dan jasa yang di belinya. Harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah

dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat (Susilowati & Utari, 2022). Sedangkan menurut pendapat lain, harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu (Nasution, et.all., 2020). Sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan.

Semakin sadarnya masyarakat akan gaya hidup sehat di era yang serba instan ini membuat sebagian kalangan masyarakat yang peduli akan kesehatan mulai mengubah pola makannya. Gaya hidup sehat dapat didefinisikan sebagai pengertian aktivitas, minat, dan opini yang berorientasi pada kesehatan untuk kesejahteraan hidup (Cahyarani, 2018). Gaya hidup sehat dapat dilakukan dengan hidup yang seimbang, berolahraga, dan mengonsumsi makanan organik. Kota Sorong merupakan salah satu kota yang berada di Provinsi Papua Barat dimana masyarakat yang mengonsumsi sayuran hidroponik masih tergolong cukup rendah. Sebelumnya peneliti telah melakukan observasi di beberapa tempat budidaya hidroponik di Kota Sorong dan melakukan wawancara kepada pemilik usaha tersebut.

Tabel 1.
Daftar harga sayuran hidroponik

No.	Sayuran	Harga
1.	Pakcoy	45rb/kg
2.	Selada	55rb/kg

Sumber : Wawancara penjual sayuran hidroponik

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa sayuran hidroponik di Kota Sorong relative cukup mahal. Hal ini yang mengakibatkan kurangnya masyarakat dalam mengonsumsi sayuran hidroponik. Apabila harga barang tidak terjangkau oleh konsumen maka barang sulit diterima oleh pasar. Pada pasar tradisional di Pasar Remu, Pasar Boswesen, dan Pasar Pagi Aimas cukup sulit didapat pedagang yang menjual sayur hidroponik. Sayur ini biasanya oleh para petani langsung dijual di supermarket seperti Supermarket Saga, Supermarket Jupiter dan Supermarket Mega.

Akan tetapi, setelah pandemi covid-19 berlalu peminat dari sayuran hidroponik mulai meningkat. Dari wawancara yang peneliti lakukan di salah satu pemilik kebun hidroponik mengatakan bahwa penjualan sayuran hidroponik yang diproduksi meningkat setelah adanya covid-19. Hal ini dapat dibuktikan dengan data penjualan dari hasil wawancara penulis dengan salah satu pemilik kebun hidroponik, dimana penjualan sayuran hidroponik pasca covid mengalami peningkatan dibanding sebelum covid.

Tabel 2.
Data penjualan sayuran hidroponik

Tahun	Penjualan (kg) / Bulan
2018	250kg/Bulan
2019	320kg/Bulan
2020	-
2021	-
2022	350kg/Bulan
2023	440kg/Bulan

Sumber : Wawancara penjual sayuran hidroponik

Data diatas menunjukkan bahwa permintaan sayuran hidroponik meningkat setelah adanya covid. Peneliti juga mewawancarai beberapa konsumen sayuran hidroponik, para petani mengatakan bahwa hal yang menyebabkan mereka membeli sayuran hidroponik karena mereka peduli akan kesehatan, dan juga sayuran ini juga baik di konsumsi untuk anak-anak. Jika dilihat dari fenomena yang terjadi pada sebagian masyarakat Kota Sorong terdapat potensi yang tinggi dalam menerapkan pola konsumsi yang lebih sehat. Semakin tinggi gaya hidup sehat konsumen maka keputusan pembelian konsumen pada produk yang sehat juga semakin meningkat (Susilowati, et.all, 2023).

Kemudian, penelitian yang dilakukan Nurhuda (2019) dan Gunarsih et al (2018) menunjukkan hasil semakin baik harga yang ditetapkan pada suatu produk maka semakin meningkat juga permintaan dan keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berhubungan dengan harga terhadap keputusan pembeli dan gaya hidup terhadap keputusan pembeli. Pemasaran sangat penting dalam sebuah perusahaan atau bisnis karena menentukan nilai ekonomi perusahaan, baik itu harga barang atau jasa. Pemasaran terjadi jauh sebelum barang diproduksi. Manajemen pemasaran adalah proses perencanaan, pelaksanaan (yang meliputi pengorganisasian, pengarahan, dan koordinasi) operasi pemasaran di dalam perusahaan untuk mencapai tujuan organisasi secara efisien dan efektif (Sudarsono, 2020). Harga merupakan faktor penentu seorang konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Konsumen akan sangat memperhatikan harga dari barang atau produk yang akan dibelinya. Apabila konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan oleh penjual, maka konsumen akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama.

Harga menjadi faktor utama yang dapat mempengaruhi pilihan seorang pembeli, harga cukup berperan dalam menentukan pembelian konsumen (Tjiptono, 2015). Gaya hidup merupakan teknik seseorang dalam mengalokasikan pendapatnya dan mengevaluasi kebiasaan konsumsi hidupnya (Sangadji, et.all, 2016). Gaya hidup didefinisikan sebagai bagaimana seseorang hidup (*how one lives*), termasuk bagaimana seseorang menggunakan uangnya, bagaimana mengalokasikan waktunya, dan sebagainya (Prasetijo, dan Ihalauw, 2005). Keputusan pembelian merupakan suatu proses pemecahan masalah untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Keputusan pembelian terdiri dari lima tahap yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian (Kotler, 2017). Sebuah keputusan melibatkan antara dua atau lebih tindakan, keputusan selalu membutuhkan pilihan antara perilaku. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang diambil oleh seorang calon pembeli atau tidak (Kotler dan Amstrong, 2016).

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian dengan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif merupakan metode yang berdasar filsafat positivisme bertujuan menggambarkan dan menguji hipotesis yang dibuat peneliti. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh antara variabel independen yaitu harga dan gaya hidup terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian (Sugiono, 2018). Adapun jumlah populasi dalam penelitian ini yaitu 92 orang per sekali panen. Rata-rata populasi di beberapa lokasi penelitian

yaitu 18 orang di Kebun Aila Hidroponik, 24 orang di Kebun Pucuk Hidroponik, 22 orang di Kebun Agrifarm Hidroponik, dan 28 di Kebun Tawar Hidroponik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling jenuh. Sampling jenuh merupakan teknik pemilihan sampel apabila semua anggota populasi dijadikan sampel (Sugiono, 2019). Dalam penelitian ini, kriteria yang digunakan untuk dijadikan sampel yaitu masyarakat yang mengonsumsi sayuran hidroponik di Kota Sorong. Sumber data penelitian yakni data primer dan sekunder dimana data primer dalam penelitian ini yaitu kuisisioner dan hasil catatan wawancara dan data sekunder dalam penelitian ini yaitu di peroleh dari penelitian dahulu, buku, dan lain sebagainya.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Adapun sayuran hidroponik yang sering di jumpai di Kota Sorong yaitu Pakcoy dan Selada. Pengambilan data dilakukan pada tanggal 01 Mei 2023. Peneliti membagikan kuisisioner kepada responden secara langsung maupun tidak langsung berupa google form dan lembaran kertas. Peneliti menyebarkan 92 kuisisioner kepada responden dan semua kuisisioner yang kembali berjumlah sama dengan yang telah disebarkan.

Tabel 3.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	Percent
Laki-Laki	39	42,4 %
Perempuan	53	57,6 %
Total	92	100.0 %

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa responden terbanyak yang membeli sayuran hidroponik di Kota Sorong adalah berjenis kelamin perempuan sebesar 53 responden dengan presentase 58% dan responden berjenis kelamin laki-laki 39 responden dengan presentase 42%.

Tabel 4.
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Status Responden	Jumlah	Percent
Pegawai Swasta	29	32%
PNS	5	5%
Mahasiswa	21	23%
Lainnya	37	40%
TOTAL	92	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mengonsumsi sayuran hidroponik yaitu lainnya sebanyak 37 orang dengan presentase 40% yang mana terdiri dari ibu rumah tangga, guru, polri dan TNI. Responden yang bekerja sebagai PNS sebanyak 5 orang dengan presentase 5%, dan responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebanyak 29 orang dengan presentase 32%, dan mahasiswa sebanyak 21 orang dengan presentase 23%.

Tabel 5.
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Umur	Jumlah	Percent
19-25 Tahun	20	22%
26-35 Tahun	41	44%
36-45 Tahun	31	34%
Jumlah	92	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat menunjukkan bahwa usia responden terbanyak yang mengonsumsi sayuran hidroponik adalah yang berusia 19-25 tahun sebanyak 20 responden dengan presentase 22%, usia 26-35 tahun sebanyak 41 responden dengan presentase 44%, dan usia 36-45 tahun sebanyak 31 responden dengan presentase 34%. Analisis harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada Kota Sorong, terlebih dahulu data diolah melalui program SPSS. Dari analisis data penelitian ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh antara harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

Tabel 6.
Uji Validitas X1

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,306	0,2050	Valid
X1.2	0,423	0,2050	Valid
X1.3	0,639	0,2050	Valid
X1.4	0,597	0,2050	Valid
X1.5	0,564	0,2050	Valid
X1.6	0,429	0,2050	Valid
X2.1	0,543	0,2050	Valid
X2.2	0,625	0,2050	Valid
X2.3	0,585	0,2050	Valid
X2.4	0,725	0,2050	Valid
X2.5	0,585	0,2050	Valid
X2.6	0,650	0,2050	Valid
Y1	0,457	0,2050	Valid
Y2	0,598	0,2050	Valid
Y3	0,431	0,2050	Valid
Y4	0,591	0,2050	Valid
Y5	0,707	0,2050	Valid
Y6	0,735	0,2050	Valid
Y7	0,542	0,2050	Valid
Y8	0,636	0,2050	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat hasil uji validitas diatas memperlihatkan bahwa penelitian ini memiliki dua variabel independen yaitu Harga dan Gaya Hidup serta memiliki satu variabel dependen yaitu keputusan pembelian, dari ketiga variabel tersebut tiap-tiap variabel memiliki item pernyataan antara lain, Variabel Harga (X1) 6 item, Variabel Gaya Hidup (X2) 6 item, dan Variabel Keputusan Pembelian (Y) 8 item.

Adapun hasil penyebaran kuesioner yang diberikan kepada 92 responden,

masing-masing pernyataan baik variabel independen maupun dependen ternyata memiliki nilai r hitung > r tabel yaitu sebesar 0,2050. Maka dapat dinyatakan data yang telah diperoleh valid dan dapat dinyatakan layak diteruskan dalam prasyarat selanjutnya di penelitian ini.

Tabel 7.
Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai r	Ket
Harga (X1)	0,757	0,7	Reliable
Gaya Hidup (X2)	0,783	0,7	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,768	0,7	Reliable

Berdasarkan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa angka- angka dari nilai *Cronbach's Alpha* pada seluruh variabel menunjukkan besaran diatas nilai 0,7. Hal ini berarti seluruh item pernyataan adalah reliabel.

Tabel 8.
Hasil Uji Parsial (Uji t)

<i>Unstandardized Coefficients</i>			<i>Standardized Coefficients</i>		
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	6,944	3,321		2,091	,039
Harga	,651	,153	,400	4,254	,000
Gaya Hidup	,354	,097	,343	3,645	,000

Untuk menyimpulkan hipotesis yang diterima, harus melakukan terlebih dahulu tabel dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan nilai t tabel = $t(\alpha/2; n-k-1) = t(0,05 : 92-2-1) + t(0,025 : 89) = 1,986$. Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa :

- 1) Berdasarkan uji t, diperoleh nilai t-hitung sebesar 4,254 koefisien regresi (beta) 0,651 dengan signifikansi = 0,000. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai sig < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima. Dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- 2) Berdasarkan uji t, diperoleh nilai t-hitung sebesar 3,645 koefisien regresi (beta) 0,354 dengan signifikansi = 0,000. Berdasarkan hasil olah data dimana nilai sig < 0,05 maka H1 ditolak dan H2 diterima yang artinya bahwa gaya hidup

Tabel 9.
Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	845,591	2	422,796	31,905	.000 ^b
Residual	1179,398	89	13,252		
Total	2024,989	91			

Untuk menentukan nilai dari f tabel terlebih dahulu akan dilakukan perhitungan sebagai berikut, $f_{tabel} = f(k : n-k) = f(2 : 92-2) = (2 : 90) = 3,10$. Atas perhitungan tersebut maka hasil yang diperoleh untuk f tabel sebesar 3,10. Maka hasil uji f diatas menunjukkan bahwa hasil signifikansi sebesar 0,000 < 0,05 dan didapatkan nilai f hitung 31,905. Jadi, f hitung > f tabel (31,905 > 3,10). Maka H0 di tolak dan H3 diterima, dari

analisis ini dapat disimpulkan bahwa secara bersama-sama variabel Harga (X1), Gaya Hidup (X2), berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

Tabel 10.
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.646 ^a	.418	.404	3,640

Berdasarkan tabel diatas didapatkan nilai koefisien kerlasi berganda (R) sebesar 0,646. Artinya korelasi secara simultan ini diuji dengan uji F. Berdasarkan hasil pengujian tersebut diperoleh $F_{hitung} = 31,905$ dengan signifikasi $0,000 < 0,05$ artinya ada hubungan antara harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian yang signifikan. Sedangkan berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai Adjusted R Square sebesar 0,404. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama harga dan gaya hidup memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pada Kota Sorong yaitu sebesar 40,4%. Sedangkan sisanya 59,6% adalah dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan aplikasi SPSS statistic versi 20, hasil pengujian hipotesis secara parsial membuktikan terhadap antara pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai $t_{hitung} (4,254) > t_{tabel} (1,986)$ dengan signifikasi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$ dimana H_0 ditolak dan H_1 diterima dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik penetapan harga, harga yang ditetapkan relatif murah dan terjangkau oleh semua kalangan maka semakin meningkat keputusan pembelian konsumen pada sayuran hidroponik.

Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan aplikasi SPSS statistic versi 20, hasil pengujian hipotesis secara parsial membuktikan terhadap antara pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian. Diperoleh nilai $t_{hitung} (3,645) > t_{tabel} (1,986)$ dengan signifikasi yang dihasilkan sebesar $0,000 < 0,05$ H_0 ditolak dan H_2 diterima dapat disimpulkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan semakin tinggi aktivitas, minat, dan opini konsumen untuk melakukan gaya hdiup sehat maka semkain tinggi pula keputusan pembelian konsumen pada sayuran hidroponik. Berdasarkan hasil penelitian yang diolah menggunakan aplikasi SPSS statistic versi 20, mengenai pengaruh simultan antara harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pada kota sorong, diperoleh $F_{hitung} (31,905) > F_{tabel} (3,10)$ maka H_3 diterima H_0 ditolak sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa variabel X1 (Harga), Variabel X2 (Gaya Hidup), secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian). Hal ini menunjukkan bahwa jika harga yang di tetapkan terjangkau oleh semua kalangan dan tingginya aktivitas, minat, opini konsumen untuk melakukan gaya hidup sehat maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen pada sayuran hidroponik

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik, maka kesimpulan yang dapat di ambil dari penelitian ini yaitu Harga dan gaya hidup secara simultan

berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sayuran hidroponik pada Kota Sorong. Artinya, jika harga sayuran hidroponik baik maka masyarakat Kota Sorong dapat mengubah gaya hidup sehat dengan mengonsumsi sayuran hidroponik. Dimana, keputusan pembelian masyarakat Kota Sorong terhadap sayuran hidroponik akan meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip (2018) Prinsip-prinsip Marketing, 7th ed. Jakarta: Salemba Empat, 2018.
- Pangestu, Suci Dwi. (2016), "Pengaruh Gaya Hidup (lifestyle) dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Pelanggan Peacockoffie Semarang).," *J. Ilmu Adm. Bisnis*, 2016.
- I. Hidayat Susilowati and S. Camelia Utari, "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotek Mama Kota Depok," *J. Ecodemica J. Ekon. Manajemen, dan Bisnis*, vol. 6, no. 1, pp. 134–140, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica>
- S. L. Nasution, C. H. Limbong, and D. A. Ramadhan, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)," *Ecobisma (Jurnal Ekon. Bisnis Dan Manajemen)*, vol. 7, no. 1, pp. 43–53, 2020, doi: 10.36987/ecobi.v7i1.1528.
- I. Cahyarani, Pengaruh Gaya Hidup Sehat, Sikap Konsumen Dan Persepsi Harga Terhadap Niat Pembelian Produk Makanan Organik. 2018.
- I. Susilowati, R. Cahyani, F. Ekonomi, and U. P. Bangsa, "Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Akuntansi (JEBA) Volume 25 No 1 Tahun 2023 Analisis Anteseden Keputusan Pembelian Pada Produk Amdkle Minerale Di Kebumen," Vol. 25, No. 1, Pp. 36–46, 2023.
- H. Sudarsono, Buku Ajar : Manajemen Pemasaran. CV Pustaka Abadi, 2020.
- F. Tjiptono, Strategi pemasaran, Edisi 4. I. Yogyakarta: Andi, 2015.
- S. dan E. M. Sangadji, Salesmanship (Kepenjualan). Jakarta: PT Bumi Aksara, 2016.
- J. Prasetyo, R dan Ihalauw, Perilaku Konsumen. Yogyakarta: Andi Offset, 2005.
- P. d. Kotler, Principle Of Marketing. Jersey: Pearson Prentice Hall., 2017.
- K. dan Armstrong, Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. In Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition. England: Pearson Education Limited, 2016.
- Sugiyono, Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Sugiyono. Bandung: CV Alfabeta, 2018.
- Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2019