Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada *Showroom* Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya

Mohammad Dava Rifqi Hermawan¹, Ari Arisman², Depy Muhamad Pauzy³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Perjuangan Tasikmalaya

E-mail: davarh52@gmail.com, ariarisman@unper.ac.id, depymuhamadpauzy@unper.ac.id

Article History:

Received: 15 April 2024

Revised: 23 April 2024

Accepted: 24 April 2024

Keywords: Price, Product Quality and Consumer Satisfaction.

Abstract: *This research aims to determine the influence of price and product quality on consumer satisfaction (Survey at the Surya Medal Group Car Showroom in Tasikmalaya Regency) simultaneously or partially. The method used in quantitative research is a consumer survey approach with 100 respondents and primary data collection in the form of a questionnaire. The analytical tool used in this research is multiple linear regression using SPSS Version 25. The research results show that price and product quality simultaneously have a significant effect on consumer satisfaction at the Surya Medal Group Car Showroom. Price partially has a significant effect on consumer satisfaction at the Surya Medal Group Car Showroom. Product quality partially has a significant effect on consumer satisfaction at the Surya Medal Group Car Showroom.*

PENDAHULUAN

Mempunyai mobil tentunya impian banyak orang, mengingat mobil bisa membawa manfaat yang besar bagi penggunanya jika digunakan dengan benar. Namun, kadang impian tersebut tersendat karena beberapa alasan. Salah satu alasan utama adalah harga mobil yang melambung jauh. Oleh karena itu, masih banyak orang yang masih belum bisa memilikinya.

Salah satu cara masih bisa ditempuh dengan memiliki mobil adalah dengan membeli mobil bekas yang notabennya memiliki harga yang jauh lebih murah dari harga aslinya. Mobil bekas adalah salah satu jalan yang ditempuh beberapa orang. Seperti yang kita ketahui, mobil bekas bisa dijumpai dimana saja seperti iklan baris di koran, internet, atau selebaran di pinggir jalan. Untuk memilih mobil bekas tentunya tidak mudah. Karena harus menimbang antara kualitas dan juga barang yang akan dibeli.

Pada saat ini kendaraan merupakan salah satu kebutuhan yang dianggap penting bagi kehidupan manusia. Dengan munculnya kendaraan maka akan membantu kehidupan manusia untuk menjalankan segala aktifitasnya. Maka dari itu, persaingan bisnis otomotif di Indonesia semakin ketat dengan adanya kemajuan teknologi dan informasi. Seiring dengan perkembangan jaman dan semakin meningkatnya kebutuhan akan alat transportasi membawa peluang bagi perusahaan otomotif roda empat, yang dimana sangat dibutuhkan oleh banyak khalayak publik sebagai sarana transportasi sehari-hari yang lebih efisien dan dinamis, dan saat ini banyak sekali

bermunculan merek-merek mobil dengan berbagai model, desain dengan pilihan kualitas dan harga yang cukup bersaing.

Surya Medal Group adalah salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jual beli mobil bekas yang berada di Kabupaten Tasikmalaya yang dari waktu ke waktu selalu berusaha menawarkan mobil bekas yang berkualitas untuk konsumen. Sebagai perusahaan yang menawarkan produk berupa barang fisik, maka kualitas menjadi hal pokok yang harus di kedepankan agar konsumen merasa puas dengan apa yang dibelinya.

Dalam kondisi persaingan yang ketat ini kualitas dipandang sebagai suatu cara untuk mencapai keunggulan kompetitif, karena kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan yang pada saat ini dijadikan tolak ukur daya saing perusahaan. Kepuasan konsumen akan tercapai jika suatu produk yang dibelinya memiliki kualitas sesuai dengan kebutuhannya.

Banyak orang menganggap produk adalah suatu penawaran nyata, tetapi produk bisa lebih dari itu. secara luas, produk (*product*) adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan, termasuk barang fisik, jasa, pengalaman, acara, orang, tempat property, organisasi, informasi dan ide.

Selain dari pada itu, harga juga menjadi tolak ukur dalam transaksi. Karena terbilang pada saat ini, ekonomi setiap orang berbeda apalagi di daerah Kabupaten Tasikmalaya. Maka dari itu, Surya Medal Group memberikan harga yang terbilang cukup bagus untuk kalangan menengah kebawah. Berikut data harga jual di Surya Medal Group.

Tabel 1. Daftar Harga Jual Mobil Bekas Surya Medal Group

No	Jenis Mobil	Tahun	Per-Item	Harga (Rp)
1.	Avanza	2005	1	Rp. 75.000.000
2.	Avanza	2006	1	Rp. 80.000.000
3.	Avanza	2007	1	Rp. 85.000.000
4.	Avanza	2008	1	Rp. 90.000.000
5.	Avanza	2009	1	Rp. 95.000.000
6.	Avanza	2010	1	Rp. 100.000.000
7.	Avanza	2011	1	Rp. 105.000.000
8.	Avanza	2012	1	Rp. 110.000.000
9.	Avanza	2013	1	Rp. 115.000.000
10.	Avanza	2014	1	Rp. 120.000.000
11.	Avanza	2015	1	Rp. 125.000.000
12.	Brio	2013	1	Rp. 70.000.000
13.	Terios	2013	1	Rp. 120.000.000
14.	Rush	2015	1	Rp. 135.000.000

Sumber : Surya Medal Group

Harga jual diatas telah ditetapkan oleh Surya Medal Group sesuai dengan harga pasar dan berikut merupakan data penjualan tahunan :

Tabel 2. Data Penjualan dari Tahun 2017-2021

No	Tahun Penjualan	Periode	Jenis Mobil	Harga	Item	Total
1.	2017	Januari - Desember	Avanza 2008	Rp. 90.000.000	1	Rp. 410.000.000
			Avanza 2010	Rp. 100.000.000	2	
			Terios 2013	Rp. 120.000.000	1	
2.	2018	Januari -	Avanza 2005	Rp. 75.000.000	2	Rp. 395.000.000

		Desember	Avanza 2014	Rp. 120.000.000	1	
			Avanza 2015	Rp. 125.000.000	1	
3.	2019	Januari - Desember	Avanza 2007	Rp. 85.000.000	1	Rp. 435.000.000
			Avanza 2012	Rp. 110.000.000	1	
			Avanza 2013	Rp. 115.000.000	1	
			Avanza 2015	Rp. 125.000.000	1	
4.	2020	Januari - Desember	Avanza 2009	Rp. 95.000.000	1	Rp. 425.000.000
			Avanza 2011	Rp. 105.000.000	1	
			Avanza 2012	Rp. 110.000.000	1	
			Avanza 2013	Rp. 115.000.000	1	
5.	2021	Januari - Desember	Avanza 2015	Rp. 125.000.000	2	Rp. 505.000.000
			Terios 2013	Rp. 120.000.000	1	
			Rush 2015	Rp. 135.000.000	1	

Sumber : Surya Medal Group

Setelah dilihat dari data penjualan di setiap tahunnya, ternyata penjualan mobil bekas di Surya Medal Group mengalami fluktuasi yakni mengalami naik turun. Sudah jelas bahwa harga yang telah ditetapkan di perusahaan *Showroom* Surya Medal Group ini sangat berpengaruh terhadap penjualan karena mengingat perekonomian setiap masyarakat yang ada di Kabupaten Tasikmalaya tidak sama. Maka perusahaan *Showroom* Surya Medal Group ini harus tetap mengikuti harga pangsa pasar dan mengikuti setiap perkembangan yang terjadi di dunia bisnis otomotif.

Selain itu, kepuasan konsumen juga menjadi faktor penentu untuk mendapatkan keunggulan dalam persaingan, jika dihasilkan barang/jasa yang tidak bermutu maka besar kemungkinan konsumen akan kabur dan beralih ke perusahaan yang lain. Jika barang/jasa yang ditawarkan harganya mahal, maka konsumen akan beralih ke penyedia barang yang lebih murah namun sama kualitasnya. Apabila konsumen kebutuhannya tidak terpenuhi, ia akan menunjukkan perilaku kecewa. Sebaliknya, jika kebutuhannya terpenuhi, konsumen akan menunjukkan perilaku yang gembira sebagai manifestasi rasa puasannya. Oleh karena itu perusahaan harus tahu apa yang diinginkan konsumennya.

Kepuasan konsumen menjadi parameter penting sehingga bisnis dapat terus berkelanjutan. Kepuasan konsumen merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas konsumen. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi insensitivitas konsumen terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah konsumen, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Konsumen diasumsikan memiliki informasi atau pengetahuan yang baik berkaitan dengan keputusan konsumsinya. Mereka tahu persis kualitas barang, kapasitas produksi, teknologi yang digunakan dan harga di pasar.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada *Showroom* Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya)".

LANDASAN TEORI

Pengertian Harga

Harga dikemukakan Kotler dan Amstrong (2012:345), harga adalah sejumlah uang yang

ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa.

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2012:75) kualitas produk merupakan perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi prasyarat kebutuhan pelanggan atau menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik itu memenuhi kebutuhannya.

Pengertian Kepuasan Konsumen

Menurut Indrasari (2019:82) mengatakan bahwa kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan konsumen bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan.

Kepuasan konsumen bukanlah konsep absolut, melainkan relatif atau tergantung pada apa yang diharapkan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian merupakan penelitian kuantitatif dan metode yang digunakan oleh penulis adalah metode penelitian asosiatif dan penelitian survei. Menurut Sugiyono (2018:4): “Penelitian survei adalah metode yang digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data, misalnya dengan mengedarkan kuesioner, test, wawancara terstruktur dan sebagainya”. Menurut Sugiyono (2018:63): “Penelitian asosiatif merupakan suatu pertanyaan penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih”. Menurut Sugiyono (2018:13): “Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme (data konkrit) data penelitian berupa angka-angka yang akan diukur menggunakan statistik sebagai alat uji perhitungan. Berkaitan dengan masalah yang diteliti untuk menghasilkan suatu kesimpulan”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara Simultan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan output SPSS versi 25 diketahui bahwa nilai korelasi simultan harga dan kualitas produk dengan kepuasan konsumen sebesar 0,843. Nilai korelasi tersebut termasuk dalam kategori kuat. Analisis koefisien determinasi yang diperoleh dari tabel Model Summary bertujuan untuk mengetahui besarnya persentase hubungan pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen showroom SMG yaitu diperoleh hasil R Square = $0,710 \times 100\% = 71,0\%$. Sedangkan untuk sisanya 29% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini, misalnya variabel minat beli, brand image, promosi dan variabel bebas lainnya baik pada unit analisis yang sama maupun berbeda.

Berdasarkan hasil output SPSS versi 25 nilai signifikansi untuk pengaruh harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima, artinya harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dengan adanya harga dan kualitas produk pada produk mobil bekas secara simultan memiliki pengaruh yang penting terhadap kepuasan konsumen di Surya Medal Group Kabupaten Tasikmalaya.

Pengaruh Harga secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Showroom* Surya Medal Group

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi secara parsial antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,260 yang menunjukkan terdapat hubungan yang rendah antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y). Harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien korelasi yang bernilai positif. Artinya, harga memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, semakin tinggi nilai koefisien korelasi harga maka akan semakin tinggi pula kepuasan konsumennya. Maka dari itu besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen secara parsial adalah sebesar [$K_d = (0,260)^2 \times 100\%$] hasilnya 6,76%. Hasil uji hipotesis membuktikan bahwa Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen dilakukan Uji t. Berdasarkan SPSS versi 25 diperoleh nilai sig adalah $0,009 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,650 > t$ tabel 1,946 maka H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dari hasil perhitungan di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik harga yang diterapkan oleh perusahaan maka semakin tinggi minat beli dari konsumen terhadap produk yang dipasarkan. Begitupun sebaliknya, jika perusahaan menetapkan harga diatas harga pasar maka konsumen tidak akan merespon dengan baik terhadap produk yang kita pasarkan.

Pengaruh Kualitas Produk secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen pada *Showroom* Surya Medal Group.

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien korelasi pada tabel *coefficients* diperoleh nilai koefisien korelasi secara parsial antara harga (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,601 nilai koefisien korelasi tersebut termasuk dalam klasifikasi sedang. Nilai positif koefisien korelasi tersebut menunjukkan bahwa kualitas produk memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, semakin tinggi nilai koefisien korelasi kualitas produk maka semakin tinggi pula kepuasan konsumennya. Maka besar pengaruh dari kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial sebesar [$K_d = (0,601)^2 \times 100\%$] hasilnya 36,1%. berdasarkan uji hipotesis dengan menggunakan uji t (parsial) menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $7,405 > t$ tabel 1,9846 maka H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima. Dari hasil perhitungan tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, yang artinya semakin baik kualitas produk mobil bekas yang diberikan kepada konsumen maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen produk mobil bekas. Kualitas produk merupakan persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produknya. Produk yang baik akan menguntungkan perusahaan, karena konsumen secara tidak sadar akan merekomendasikan produk kepada orang lain. Sebaliknya produk yang buruk akan membuat konsumen menyebarkan informasi buruk kepada orang lain.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, pengolahan data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga pada *Showroom* Surya Medal Group berada pada kategori baik. Kualitas produk pada *Showroom* Surya Medal Group berada pada kategori baik. Selanjutnya Kepuasan Konsumen pada *Showroom* Surya Medal Group juga berada pada kategori baik, dimana dapat disimpulkan bahwa secara umum harga dan kualitas produk yang diberikan oleh *Showroom*

Surya Medal Group sudah sesuai dengan harapan konsumen atau kepuasan konsumen sudah tercapai dengan baik.

2. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Setelah dilakukannya penelitian ini terdapat beberapa saran yang diajukan peneliti dengan harapan memberikan bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian selanjutnya dan guna meningkatkan minat beli konsumen terhadap produk mobil bekas diantaranya sebagai berikut :

1. Berdasarkan skor terendah dari variabel Harga pada indikator harga sesuai kemampuan atau daya saing harga dengan pernyataan “Penerapan harga di Surya Medal Group sesuai dengan kemampuan beli bagi konsumen menengah ke bawah”. Peneliti menyarankan untuk melakukan evaluasi kembali dengan melihat dan menetapkan standar harga mobil bekas yang dipasarkan pada saat ini serta melihat kondisi mobil yang di akan dijual dan memberikan kemudahan angsuran bagi konsumen menengah ke bawah yang akan membeli mobil bekas tersebut dengan penetapan yang sesuai agar dapat menaikkan citra positif mobil murah dan berkualitas.
2. Berdasarkan skor terendah dari variabel Kualitas Produk pada indikator keandalan dengan pernyataan “Kecil kemungkinan mobil bekas akan mengalami kerusakan seperti ngadat”. Peneliti menyarankan untuk meningkatkan kualitas mobil dalam kehandalan kondisi mesin mobil dan melengkapi mobil dengan adanya buku service record mobil untuk mengetahui bahwa mobil yang dijual tersebut terawat sesuai standar pabrik.
3. Berdasarkan skor terendah dari variabel Kepuasan Konsumen pada indikator minat berkunjung atau membeli kembali dengan pernyataan “Saya saat sebelum membeli produk di Surya Medal Group selalu membandingkan dulu kualitas merk lain di showroom yang lainnya”. Peneliti menyarankan agar perusahaan dapat meningkatkan kualitas mobil dalam fitur mobil misalnya kelengkapan aksesoris mobil yang masih berfungsi dengan normal dan tambahan aksesoris diluar standar pabrik karena dengan normalnya fungsi fitur-fitur mobil dan tambahan aksesoris yang membuat mobil tampak indah dan dapat meningkatkan harga jual mobil serta akan meningkatkan minat beli dan konsumen berkunjung kembali terhadap perusahaan Surya Medal Group dibanding dengan yang lain.
4. Bagi peneliti selanjutnya yang akan membahas penelitian yang sama, disarankan agar dapat melakukan penelitian yang sifatnya pengembangan dengan menambah variabel bebas dalam penelitian misalnya kualitas pelayanan, citra merk, nilai pelanggan dan lain-lain. Sebelum memilih objek penelitian, peneliti berikutnya lebih memperhatikan kompetitor showroom yang sepadan dalam hal kualitas produk, baik kualitas produk objek penelitian maupun kualitas produk kompetitor penelitian. Hal ini dilakukan supaya peneliti selanjutnya dapat menentukan item pernyataan di kuesioner dengan lebih baik.

DAFTAR REFERENSI

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. 2012. Manajemen Pemasaran Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Raja Grafindon Persada. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1135529>
- Danang Sunyoto. 2015. Strategi Pemasaran. Yogyakarta : Center for Academic Publishing Service (CAPS). <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=945601>
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. Pemasaran Esensi dan Aplikasi, Andi Offset, Yogyakarta. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1176110>
- Fandy Tjiptono. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.

- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23 (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Universitas Diponegoro.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya: Unitomo Press.
- Kotler, P. Dan Armstrong (2012). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). Marketing Management. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Kotler, P., dan Armstrong, G. M. (2017). Principles of Marketing. United Kingdom: Pearson
- Kotler, P dan Armstrong. (2018). Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler dan Keller. (2012), Manajemen Pemasaran, Edisi 12. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler dan Gary Armstrong. (2016). Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan. Jakarta: Erlangga. p125
- Kuncoro, 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D. Penerbit : Erlangga, Jakarta.
- Laksana , Fajar. (2008) Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Muhidin, Sambas Ali, dan Maman Abdurahman. 2017. Analisis Korelasi Regresi Dan Jalur Dalam Penelitian Dilengkapi Dengan Program SPSS. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Narimawati, U., Sarwono, J., Munandar, D., & Winanti, M. B. (2019). Metode Penelitian Dalam Implementasi Ragam Analisis (R. I. Utami (ed.); 1st ed.). ANDI (Anggota IKAPI). https://books.google.co.id/books/about/Metode_Penelitian_dalam_Implementasi_Rag.htm?hl=id&id=rV0MEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Philip Kotler dan Gary Armstrong, Prinsip-Prinsip Pemasaran edisi ke-12, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 345
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 1, (Jakarta: Penerbit Erlangga), 4.
- Priansa. 2017. Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Sangadji, E.M., dan Sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Siregar, Sofyan. 2016. Statistika Deskriptif untuk Penelitian Dilengkapi perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni, V.W. (2020). Metodologi Penelitian (P. Plane (ed.)). Pustaka Baru Press.
- Sugiyono, P. D. (2016). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). PT. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2017). Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). PT. Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. PT. Alfabeta.
- Suparyanto dan Rosad, 2015. Manajemen Pemasaran. Bogor: In Media
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. (2016). Pemasaran: Esensi & Aplikasi. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2012. Strategi Pemasaran, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2014, Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- https://www.academia.edu/32510179/PENGARUH_KUALITAS_PRODUK_DAN_HARGA_TERHADAP_KEPUTUSAN_PEMBELIAN_MOBIL_BEKAS_Survey_Pada_Konsumen_Melaju_Raya_Rizky_Motor_di_Wilayah_Bekasi_Timur