

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA
SHOWROOM DIDO MOTOR DI BLITAR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Intan Callista Putri Waskito (202010160311399)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

SKRIPSI

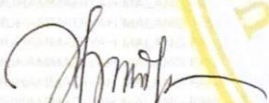
**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK,
KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS
PADA SHOWROOM DIDO MOTOR DI BLITAR**

Oleh :


Intan Callista Putri Waskito
202010160311399

Diterima dan disetujui
pada tanggal 09 Maret 2024

Pembimbing I,



Dr. Eko Handayanto, M.M.

Pembimbing II,


Drs. Noor Azis, M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,




Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA SHOWROOM DIDO MOTOR DI BLITAR

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Intan Callista Putri Waskito

NIM : 202010160311399

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 09 Maret 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

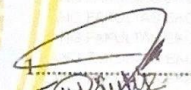
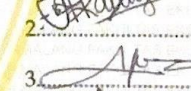
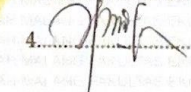

Susunan Tim Penguji:

Penguji I : Prof. Dr. Widayat, M.M.

Penguji II : Baroya Mila Shanty, S.E., M.M.

Penguji III : Drs. Noor Azis, M.M.

Penguji IV : Dr. Eko Handayanto, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Jurusan,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

PERYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Intan Callista Putri Waskito

NIM : 202010160311399

Program Studi : Manajemen

Surel. : intanallista030502@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumberacuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 20 Februari 2024

Yang membuat pernyataan,

Intan Callista Putri Waskito

PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA DIDO MOTOR DI BLITAR

ORIGINALITY REPORT

3%	0%	0%	3%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Queensland Academy for Creative Industries	3%
	Student Paper	

Exclude quotes On
Exclude bibliography On

Exclude matches < 2%

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA
SHOWROOM DIDO MOTOR DI BLITAR**

Intan Callista Putri Waskito
Department of Management, FEBUMM
E-mail : intancallista030502@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to examine the influence of Price Perception (X_1), Product Quality (X_2), Service Quality (X_3), and Experience (X_4) on Purchasing Decisions (Y) at Dido Motor in Blitar. Using simple random sampling, this research involved 172 respondents who filled out a questionnaire. Data analysis in this study used multiple linear regression using the SPSS Version 25 program. The results of the research showed that in the validity test each question item on the variables (perception of price, product quality, service quality, and experience) had a significance value of <0.05 , so the data was declared valid. Next, there is a reliability test for each variable which has a cronbach alpha value > 0.60 so that the question is declared reliable. Then in the t test it is known that each variable has a significance value of $t < 0.05$ and a value of $t_{count} > t_{table}$ so that perceptions of price, product quality, service quality and experience have a significant influence on the decision to purchase a used motorbike at Dido Motor Blitar.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Service Quality, Experience, Purchasing Decisions

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN PENGALAMAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR BEKAS PADA
SHOWROOM DIDO MOTOR DI BLITAR**

Intan Callista Putri Waskito
Department of Management, FEBUMM
E-mail : intancallista030502@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Persepsi Harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), Kualitas Pelayanan (X_3), dan Pengalaman (X_4) Terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada Dido Motor Di Blitar. Dengan menggunakan *simple random sampling* penelitian ini melibatkan 172 responden yang mengisi kuesioner. Analisis data pada penelitian ini menggunakan regresi linier berganda melalui program SPSS Versi 25. Hasil penelitian menunjukkan pada uji validitas setiap item pertanyaan pada variabel (persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman) memiliki nilai signifikansi $< 0,05$, sehingga data dinyatakan valid. Selanjutnya ada uji reliabilitas setiap variabel memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga pertanyaan dinyatakan reliabel. Kemudian pada uji t diketahui jika setiap variabel memiliki nilai signifikansi- $t < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga persepsi harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pengalaman berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian motor bekas pada Dido Motor Blitar.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pengalaman, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur yang teramat mendalam saya ucapkan ke hadirat Allah SWT, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan tafaq-Nya, sehingga Skripsi dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Pengalaman Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas Pada Dido Motor di Blitar” dengan lancar dan waktu yang telah direncanakan. Sholawat serta salam tidak lupa diberikan kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad SAW yang membawa kesempurnaan ajaran agama atas syafaatnya kita dapat menentukan mana yang hak dan yang bathil. Skripsi ini adalah salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dan memperoleh gelar sarjana pada program studi S1 Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada penulis. Sebagai ucapan syukur, pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan untuk menempuh perkuliahan di Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhro., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan untuk menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Nurul Asfiah., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat menempuh perkuliahan di Jurusan Manajemen.
4. Dr. Eko Handayanto., M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi sebagai tugas akhir perkuliahan yang telah memberi waktu bimbingan serta motivasi sekaligus dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Drs. Noor Aziz, M.M selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi sebagai tugas akhir perkuliahan yang telah memberi waktu bimbingan serta motivasi sekaligus dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.

6. Dr. R.Iqbal Robbie,S.E.,M.M. selaku dosen wali Manajemen H Angkatan 2020 yang memberikan motivasi selama semester 1 perkuliahan hingga saat ini
7. Teristimewa untuk orang tua saya tercinta, Ayah Taufan Agus Waskito dan Ibu Heny Lilawati, yang selalu memberikan dukungan, doa, semangat, dan kasih sayang yang tiada hentinya hingga saat ini kepada saya. Terima kasih atas tawa dan air mata yang kalian keluarkan untuk saya.
8. Adik – adik saya tersayang Rivaldo Yonata Putra Waskito dan Brilian Divana Putri Waskito yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
9. Navy Hardiansyah yang menjabat partner penyemangat dalam menyelesaikan skripsi terima kasih karena menjadi pendengar yang baik, memotivasi, dan menyayangi penulis.
10. Adelia, Ratu, Adinda, Tasya yang menjabat teman seperjuangan penulis di tanah Rantau selama masa perkuliahan berlangsung saya ucapkan terima kasih atas dukungan berupa motivasi, doa, dan lainnya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapapun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.

Malang, 20 Februari 2024

Penulis,

Intan Callista Putri Waskito

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERYATAAN ORISINALITAS	iv
ABSTRACT	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	8
1. Manfaat Teoritis.....	8
2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori.....	9
1. Teori Perilaku Konsumen	9
2. Keputusan Pembelian.....	10
3. Persepsi Harga	12
4. Persepsi Kualitas Produk	14
5. Persepsi Kualitas Pelayanan	16
6. Pengalaman	19
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Konsep.....	23
D. Hipotesis	24
1. Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	24
2. Pengaruh Persepsi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	24
3. Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	24
4. Pengaruh Pengalaman terhadap Keputusan Pembelian	25
E. Definisi Operasional Variabel.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Jenis Penelitian.....	28
B. Tempat Penelitian	28
C. Populasi dan Sampel	28
1. Populasi.....	28
2. Sampel.....	29
D. Sumber Data.....	29
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Pengukuran Data.....	30

G.	Tehnik Analisis	32
1.	Instrumen Penelitian	32
a.	Uji Validitas	32
b.	Uji Reabilitas	32
2.	Uji Asumsi Klasik.....	32
a.	Uji Normalitas.....	32
b.	Uji Multikolinearitas.....	33
c.	Uji Heteroskedastisitas	33
3.	Uji Regresi Linier Berganda	33
4.	Uji Hipotesis	34
a.	Uji t	34
5.	Uji Koefisien Determinasi R^2	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		36
A.	Pembahasan Hasil Penelitian	36
1.	Gambaran Umum Responden	36
a.	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
b.	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	37
2.	Deskripsi Variabel Penelitian	37
a.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga	38
b.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas Produk.....	39
c.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Kualitas Pelayanan.....	40
d.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman.....	41
e.	Deskripsi Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian.....	42
3.	Hasil Instrumen Penelitian.....	43
a.	Uji Validitas.....	43
b.	Uji Reabilitas	45
4.	Hasil Uji Asumsi Klasik	45
a.	Uji Normalitas.....	46
b.	Uji Multikolinieritas	46
c.	Uji Heteroskedastisitas	48
5.	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
6.	Hasil Uji Hipotesis.....	50
a.	Uji t	50
7.	Hasil Uji Koefisien Determinasi R^2	52
B.	Pembahasan Dan Interpretasi Data	53
1.	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mokas Pada Dido Motor Blitar.....	53
2.	Pengaruh Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mokas Pada Dido Motor Blitar.....	55
3.	Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mokas Pada Dido Motor Blitar.....	57
4.	Pengaruh Pengalaman Terhadap Keputusan Pembelian Mokas Pada Dido Motor Blitar	59

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	62
A. Kesimpulan	62
B. Saran	62
DAFTAR PUSTAKA	64
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Keputusan Pembelian Sepeda Motor Bekas pada Dido Motor	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2.2	Definisi Operasional	25
Tabel 3.1	Skala Likert.....	31
Tabel 3.2	Skala Mean	31
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	37
Tabel 4.3	Tanggapan Responden Terhadap Persepsi Harga (X1)	38
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Produk (X2)	39
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X3)	40
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Pengalaman (X4).....	41
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	42
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas	44
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	45
Tabel 4.10	Hasil Uji Multikolinieritas	47
Tabel 4.11	Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4.12	Hasil Uji t.....	50
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Determinasi R ²	52

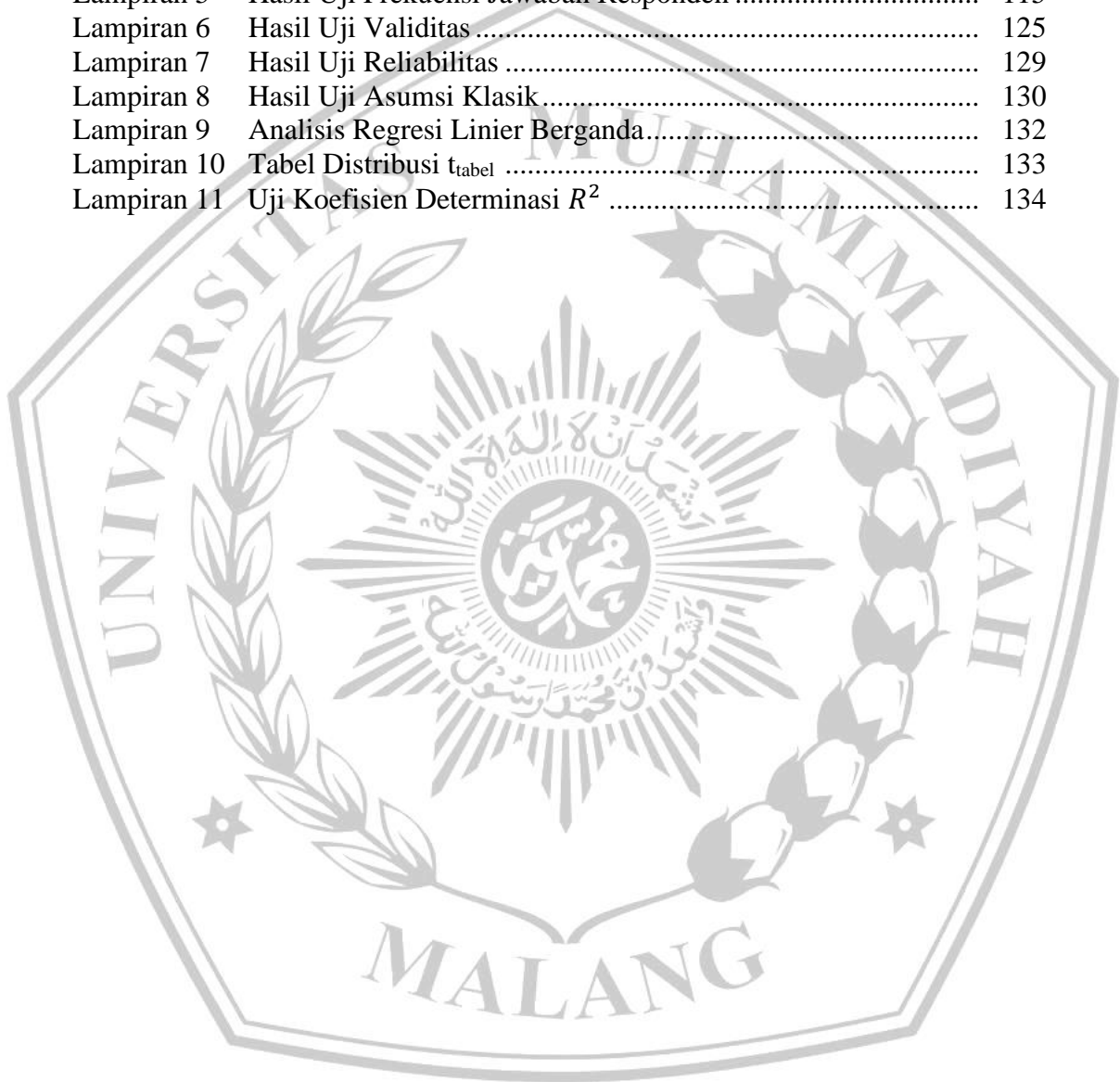
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konsep	23
Gambar 4.1	Hasil Uji Normalitas	46
Gambar 4.2	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	69
Lampiran 2	Tabulasi Kategori Responden.....	72
Lampiran 3	Tabulasi Jawaban Responden.....	84
Lampiran 4	Hasil Uji Frekuensi Kategori Responden	114
Lampiran 5	Hasil Uji Frekuensi Jawaban Responden	115
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas	125
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas	129
Lampiran 8	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	130
Lampiran 9	Analisis Regresi Linier Berganda.....	132
Lampiran 10	Tabel Distribusi t_{tabel}	133
Lampiran 11	Uji Koefisien Determinasi R^2	134



DAFTAR PUSTAKA

- Amin, N. F., Garancang, S., & Abunawas, K. (2023). Konsep Umum Populasi dan Sampel dalam Penelitian. *Jurnal Pilar*, 14(1), 15–31.
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Anim, A., & Indiani, N. L. P. (2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Kembali (Studi Kasus Pada Start Up Coffee Renon Denpasar). *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 99–108. <http://journal.undiknas.ac.id/index.php/manajemen/article/view/2432>
- Ayu Marini Sarasdianthi, N. K., Sasrawan Mananda, I. G., & Suardana, I. W. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Airasia Go. *Jurnal IPTA*, 4(2), 7. <https://doi.org/10.24843/ipta.2016.v04.i02.p02>
- Bagida, D. L., Tumbel, T. M., & Mukuan, D. (2021). Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat pada CV. Lion Jailolo. *Productivity*, 2(2), 146–151. [https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/34132/32203/71920#:~:text=Menurut Alma \(2011\), keputusan,dan mengambil kesimpulan berupa respon](https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/download/34132/32203/71920#:~:text=Menurut Alma (2011), keputusan,dan mengambil kesimpulan berupa respon)
- Damayanti, D., Megawaty, D. A., Rio, M. G., Rubiyah, R., Yanto, R., & Nurwanti, I. (2020). Analisis Interaksi Sosial Terhadap Pengalaman Pengguna Untuk Loyalitas Dalam Bermain Game. *JSI: Jurnal Sistem Informasi (E-Journal)*, 12(2). <https://doi.org/10.36706/jsi.v12i2.12315>
- Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(2), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- Djauharuddin, A., Machmud, M., Muslimin, U., & Aryuni, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Pt.Tunas Dwipa Matra Cabang Parepare. *AkMen JURNAL ILMIAH*, 17(4), 641–651. <https://doi.org/10.37476/akmen.v17i4.1235>

- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *IQTISHADequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266. <https://doi.org/10.51804/iej.v3i2.937>
- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2019). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Fahmeyzan, D., Soraya, S., & Etmy, D. (2018). Uji Normalitas Data Omzet Bulanan Pelaku Ekonomi Mikro Desa Senggigi dengan Menggunakan Skewness dan Kurtosi. *Jurnal VARIAN*, 2(1), 31–36. <https://doi.org/10.30812/varian.v2i1.331>
- Fajar, M., & Achmad, Y. (2010). Dualisme Penelitian Hukum. In *Hukum*. Pustaka Pelajar.
- Firdaus, M. F., & Himawati, D. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Layanan Dan Persepsi Kemudahan Penggunaan Terhadap Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Di Kota Depok. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 27(2), 216–230. <https://doi.org/10.35760/eb.2022.v27i2.5259>
- Firmansyah, D., & Dede. (2022). Teknik Pengambilan Sampel Umum dalam Metodologi Penelitian: Literature Review. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Holistik (JIPH)*, 1(2), 85–114. <https://doi.org/10.55927/jiph.v1i2.937>
- Giovana Asti, E., Widodo, W., & Avianti Ayuningtyas, E. (2021). Keputusan Pembelian Berdasar Persepsi Kualitas Produk dan Ekuitas Merek. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 2(01), 37–46. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v2i01.130>
- Hartono, S. A., & Praptiningsih, M. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Social Media Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda di Toko Sepeda O.K Mranggen. *Agora*, 10(2).
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal AKuntansi Dan Manajemn Bisnis*, 2(2), 34–40.
- Kotler, P. (2002). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhallindo.
- Loka, M. M., Sulistiyowati, L. N., & Kadi, D. C. A. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas, dan Desain Produk Motor Scoopy Terhadap

- Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Dealer Honda Kota Madiun). *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen Bisnis Dan Akuntansi* 4, 4(September), 1–15. <http://prosiding.unipma.ac.id/index.php/SIMBA/article/view/3293>
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727.
- Marini, Y., & Marina, N. (2019). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Humaniora : Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi Dan Hukum*, 1(1), 7–20. <https://doi.org/10.30601/humaniora.v1i1.37>
- Meizary, A., & Lestari, W. R. (2024). Pengaruh Atribut Produk, Persepsi Nilai Dan Pengalaman Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Apple Iphone Di Bandar Lampung. *Jesya*, 7(1), 791–803. <https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1461>
- Nafiah, I., Ilmi, W., & Palopo, K. (2017). *Teori dan perilaku konsumen*.
- Ningsih, S. N. (2022). *Profitabilitas , Struktur Modal dan Nilai Perusahaan : Uji Signifikansi Faktor Mediasi*. 1–8.
- Nurantoro, P., & Noersanti, L. (2020). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario 150 CC (Studi pada Konsumen PT. Honda Motor Cabang Pagembiran). *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 1(2), 1–19. <http://repository.stei.ac.id/1805/>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analysis Of Factors Influencing Purchasing Decisions, Product Quality And Competitive Pricing Literature Review: Analisis Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Harga Kompetitif. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64–75. <https://doi.org/10.55583/invest.v2i1.126>
- Prayoga, D. R. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada PT. MPM motor Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset*

Manajemen, 1(2), 1–16.

- Putra, G. N. D. D., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Gianyar. *Jurnal Emas*, 3(1), 227–236.
- Qiana, D. A., & Lego, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Masker Sensi Di Tangerang. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 3(3), 649. <https://doi.org/10.24912/jmk.v3i3.13137>
- Rahmandika, M. D., & Rohman, F. (2022). Pengalaman Pelanggan, Ulasan Pelanggan secara Daring, dan Variansi Produk terhadap Keputusan Pembelian Ulang. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 01(1), 1–12.
- Salsabila í, A., Maskur, A., & Stikubank Semarang, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Mie Gacoan (Studi Pada Pelanggan Mie Gacoan di Kota Semarang). *SEIKO : Journal of Management & Business*, 5(1), 156–167. <https://www.journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/1902>
- Samsu, S. (2017). *Metode Penelitian (Teori dan Aplikasi Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Mixed Methods, serta Research & Development)*. Pusaka.
- Satria, A. P., & Anggrainie, N. (2023). Pengaruh Store Atmosphere, Citra merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, Gaya Hidup dan Promosu Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal. *Neraca: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(1), 244–245.
- Setiawan, R., & Surjaatmadja, S. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Honda “Scoopy” Di Kota Tangerang. *STIE Indonesia Banking School*, 2(1), 1070–1079.
- Sumiati, & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris Pada Mahasiswa. *Andalas Management Review*, 2(2), 1–10.
- Swasta, B., & Handoko, T. H. (2008). *Manajemen Pemasaran : Perilaku Konsumen* (Edisi Pert). BPFE.
- Teguh Afwan, M., & Budi Santosa, S. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Mebel Madina di Kota Banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*,

8(1), 1–10. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>

Wibowo, A. F., Wulandari, J., & Nugeraha, P. (2021). Pengalaman Pelanggan, Reference Group, Persepsi Harga Dalam Keputusan Pembelian Produk Etnik Fashion. *Jurnal Perspektif Bisnis*, 4(1), 38–50. <https://doi.org/10.23960/jpb.v4i1.24>

Winasis, C. L. R., Widianti, H. S., & Hadibrata, B. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>

Yanto Herdianto, Suci Putri Lestari, & Depy Muhamad Pauzy. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Motor Bekas (Survei Pada Konsumen PT. Adira Kota Tasikmalaya). *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(3), 312–332. <https://doi.org/10.55606/jupiman.v2i3.2354>

