

The Effect Of Product Quality, Pricing, And Service Quality On Customer Purchase Decisions At PT. Medan Jaya Makmur

Pengaruh Kualitas Produk, Penetapan Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Medan Jaya Makmur

Rivaldi¹, Mega², Lenta Friska Purba^{3*}, Aminuddin⁴

Universitas Prima Indonesia, Kota Medan, Indonesia^{1,2,3}

Universitas Islam Sumatera Utara, Kota Medan, Indonesia⁴

Lentaunprimdn.ac.id³

*Corresponding Author

ABSTRACT

In the face of increasingly fierce business competition, PT Medan Jaya Makmur has experienced a decline in its business performance, especially seen from the reduction in consumer purchasing decisions for the products offered. This phenomenon is caused by many competitors who offer more attractive offers, so customers tend to switch to other companies. Factors that influence the decline in consumer purchasing decisions include product quality, pricing, and service quality. This study took a sample of 148 customers who made purchases at the company. Sampling using the Slovin formula with a 5% tolerance, resulting in 108 samples. The results showed that product quality has a positive and significant influence on customer purchasing decisions at PT Medan Jaya Makmur. Conversely, pricing has a negative and significant effect on purchasing decisions. Service quality also has a positive and significant influence on purchasing decisions. Overall, product quality, pricing, and service quality simultaneously have a significant effect on customer purchasing decisions at PT. Medan Jaya Makmur.

Keywords: Product Quality, Pricing, Service Quality, Purchasing Decisions

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan usaha yang semakin ketat, PT. Medan Jaya Makmur mengalami penurunan dalam performa bisnisnya, terutama terlihat dari berkurangnya keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Fenomena ini disebabkan oleh banyaknya pesaing yang menawarkan penawaran lebih menarik, sehingga pelanggan cenderung beralih ke perusahaan lain. Faktor-faktor yang mempengaruhi penurunan keputusan pembelian konsumen meliputi kualitas produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan. Penelitian ini mengambil sampel dari 148 pelanggan yang melakukan pembelian di perusahaan tersebut. Pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dengan toleransi 5%, menghasilkan 108 sampel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Medan Jaya Makmur. Sebaliknya, penetapan harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara keseluruhan, kualitas produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan di PT. Medan Jaya Makmur.

Keywords: Kualitas Produk, Penetapan Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

1. Pendahuluan

Dalam perkembangan dunia usaha yang pesat belakangan ini, pemasaran menjadi salah satu faktor penting bagi kemajuan perusahaan. Setelah sebuah barang diproduksi, langkah berikutnya adalah bagaimana perusahaan tersebut memasarkan produknya. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan yang memberikan manfaat langsung bagi perusahaan dalam menerapkan sistem pemasaran yang efektif dan efisien untuk mencapai minat beli pelanggan yang tinggi. Kegiatan penjualan sangat penting karena melalui kegiatan ini, laba yang menjamin kelangsungan hidup perusahaan dapat terbentuk. Keberhasilan perusahaan dalam mencapai tujuan sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam memasarkan produknya.

Indonesia, sebagai negara berkembang yang terus melakukan pembangunan di berbagai sektor, menjadikan sub sektor peternakan sebagai komponen andalan sumber pertumbuhan baru dalam pembangunan nasional. Usaha peternakan semakin penting perannya dalam pembangunan, tidak hanya dalam penyediaan protein hewani tetapi juga dalam membangun ekonomi masyarakat. Pertumbuhan jumlah penduduk yang terus meningkat setiap tahun menyebabkan kebutuhan pangan penduduk Indonesia juga meningkat. Pertumbuhan penduduk ini berdampak pada peningkatan permintaan terhadap produk peternakan.

Banyak perusahaan bergerak di bidang peternakan, salah satunya adalah PT. Medan Jaya Makmur yang telah beroperasi sejak tahun 2010. Ketatnya persaingan usaha saat ini membuat perusahaan mengalami penurunan dalam usahanya, di mana keputusan pembelian pelanggan terhadap produk yang ditawarkan mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya perusahaan sejenis yang menawarkan produk dengan kualitas lebih baik, sehingga menarik perhatian pelanggan untuk beralih ke perusahaan lain. Penurunan keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh beberapa faktor, antara lain kualitas produk, penetapan harga, dan kualitas pelayanan.

Kualitas produk yang ditawarkan oleh perusahaan kurang baik, sehingga pelanggan kurang tertarik untuk membeli produk tersebut. Beberapa pelanggan yang pernah membeli produk dari perusahaan juga jarang merekomendasikannya kepada orang lain karena merasa kecewa dengan kualitas produk. Harga produk yang ditawarkan oleh perusahaan dirasa lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang ditawarkan oleh perusahaan lain, membuat pelanggan mencari perusahaan yang menawarkan produk lebih murah. Selain itu, kualitas pelayanan perusahaan kurang baik, sehingga pelanggan jarang ingin membeli dari perusahaan. Keluhan yang muncul meliputi kurangnya responsivitas karyawan dalam melayani pelanggan, kurangnya kehandalan dalam penawaran produk karena minimnya pengetahuan, dan beberapa karyawan dianggap kurang ramah dalam memberikan layanan, sehingga pelanggan memutuskan untuk beralih ke perusahaan lain.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Mutiawati, dkk (2019), Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut, Menurut Santoso (2019), Kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya. Menurut Sudarso (2019), Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk

Penetapan Harga

Berdasarkan pendapat Darmis (2021), Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh barang, sedangkan berdasarkan pendapat Wijayanti (2023), Harga merupakan hasil kebijakan tentang penetapan Harga Barang, yang meliputi daftar Harga, diskon, periode pembayaran, jangka waktu kredit, atau kebijakan lainnya. Pendapat lain berdasarkan pendapat Dharmawati (2022), Harga merupakan unsur bauran pemasaran yang fleksibel artinya dapat diubah-ubah sesuai dengan kebutuhan, sedangkan berdasarkan pendapat Berdasarkan pendapat Firmansyah (2023:184), Harga adalah unsur dari bauran pemasaran yang dapat menghasilkan kekayaan dari hasil pertukaran barang atau jasa.

Kualitas Pelayanan

Menurut Mutiawati, dkk (2019), Kualitas pelayanan adalah kemampuan pemberi layanan dalam melayani pengguna barang atau jasa tersebut, Menurut Santoso (2019), Kualitas pelayanan adalah bagaimana tanggapan pelanggan terhadap jasa yang di konsumsi atau dirasakannya. Menurut Sudarso (2019), Kualitas pelayanan merupakan hasil perbandingan antara harapan pelanggan dengan kinerja aktual pelayanan dan juga salah satu elemen terpenting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk

Keputusan Pembelian

Menurut Sawlani (2021), Keputusan Pembelian adalah salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode dan waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu dengan kata lain serangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen. Menurut Bancin (2019), Keputusan Pembelian merupakan suatu tindakan akhir yang dilakukan konsumen sebagai bentuk jawab atas kebutuhan konsumen melalui serangkaian proses evaluasi beberapa alternatif yang ada. Menurut Darmis (2021), Keputusan Pembelian adalah suatu kegiatan mengumpulkan informasi dan mengelola informasi sehingga pada akhirnya hasil dari pengelolaan informasi ini akan membuat suatu keputusan yang akan diambil.

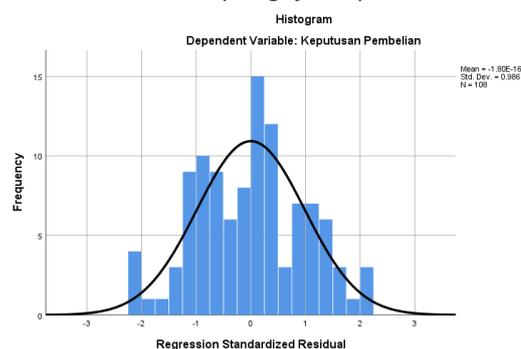
3. Metode Penelitian

Penelitian ini akan dilaksanakan di PT. Medan Jaya Makmur yang berlokasi di Medan. Penelitian ini dimulai pada bulan Juni 2023. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena memiliki struktur yang jelas dan sistematis. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan sifat deskriptif explanatory. Populasi dalam penelitian ini mencakup 148 pelanggan yang melakukan pembelian di perusahaan. Penentuan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi 5%, menghasilkan 108 sampel.

4. Hasil dan Pembahasan

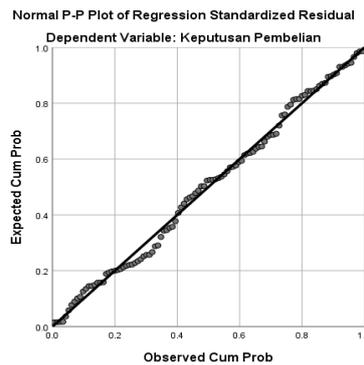
Uji Normalitas

Uji normalitas bisa dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan grafik histogram dan *normal probability plot of regression*. Berikut ini pengujiannya:



Gambar 1. Histogram Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa garis membentuk lonceng, tidak ke kiri atau ke kanan. Hal ini menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 2. Normal Probability Plot Of Regression Graphic

Berdasarkan gambar di atas, terlihat bahwa data (titik) menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti garis diagonal. Sehingga dari gambar tersebut disimpulkan bahwa residual model regresi berdistribusi normal.

Salah satu uji normalitas adalah menggunakan *Kolmogorov Smirnov* dengan kriteria sebagai berikut:

1. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* > 0,05, data berdistribusi normal.
2. Apabila nilai dari *Asymp. Sig.* < 0,05, data tidak berdistribusi normal.

Tabel 1. One-Sample Kolmogorov Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.57065599
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.061
	Negative	-.047
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas, hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov membuktikan bahwa nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,200 maka dapat disimpulkan bahwa data tergolong berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas digunakan untuk melihat hubungan antarvariabel independennya sehingga pada uji regresi linier sederhana tidak menggunakan uji multikolinieritas karena uji regresi sederhana hanya memiliki satu variabel independen. Berikut ini pengujiannya:

Tabel 2. Multicollinearity Test

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	18.349	3.006		6.103	.000		

Kualitas Produk	.531	.075	.558	7.107	.000	.776	1.288
Penetapan Harga	-.143	.069	-.150	-2.077	.040	.920	1.087
Kualitas Pelayanan	.204	.066	.243	3.067	.003	.763	1.311

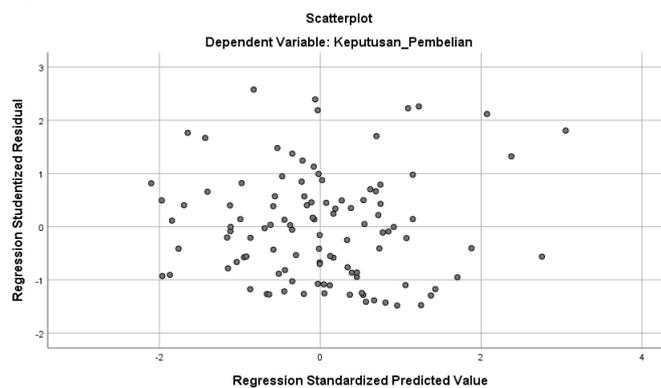
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas terlihat bahwa semua variabel memiliki nilai tolerance lebih dari 0,1 dan nilai VIF kurang dari 10 yang dapat disimpulkan bahwa tidak ditemukan masalah pada uji multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Metode pengukurannya menggunakan *Scatterplot* dimana apabila terdapat pola tertentu, seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur, maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas dan sebaliknya jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



Gambar 3. Scatterplot Graphic

Pada grafik scatterplot dapat dilihat bahwa titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk pola yang jelas serta menyebar baik di atas maupun di bawah nol pada sumbu Y. Artinya tidak terdapat heteroskedastisitas dalam model regresi, sehingga model regresi dapat digunakan untuk memprediksi pencapaian berdasarkan masukan dari variabel bebas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan jumlah variabel bebasnya, maka regresi dibedakan menjadi 2 yaitu regresi linear sederhana dan regresi linear berganda. Untuk regresi linear sederhana hanya terdiri dari satu variabel bebas dan satu variabel terikat, sedangkan untuk regresi linier berganda terdiri dari 2 atau lebih variabel bebas dan satu variabel terikat.

Tabel 4. Multiple Linear Regression Analysis Test

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
B	Std. Error	Beta						
1 (Constant)	18.349	3.006			6.103	.000		
Kualitas Produk	.531	.075	.558		7.107	.000	.776	1.288
Penetapan Harga	-.143	.069	-.150		-2.077	.040	.920	1.087

Kualitas Pelayanan	.204	.066	.243	3.067	.003	.763	1.311
--------------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

$$\text{Keputusan Pembelian} = 18,349 + 0,531 \text{ Kualitas Produk} - 0,143 \text{ Penetapan Harga} + 0,204 \text{ Kualitas Pelayanan} + e$$

Berdasarkan persamaan diatas, maka:

1. Konstanta (a) = 18,349. Artinya jika variabel bebas yaitu Kualitas Produk (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) bernilai 0 maka Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 18,349.
2. Jika ada peningkatan Kualitas Produk maka Seemangat Kerja akan meningkat sebesar 53,1%.
3. Jika adanya peningkatan terhadap Penetapan Harga maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 14,3%.
4. Jika adanya peningkatan terhadap Kualitas Pelayanan maka Keputusan Pembelian akan menurun sebesar 20,4%.

Koefisien Determinasi

R Square (R^2) sering disebut dengan koefisien determinasi adalah mengukur kebaikan *goodness of fit* dari persamaan regresi yaitu memberikan proporsi atau persentase variasi total dalam variabel terikat yang dijelaskan oleh variabel bebas. Nilai R^2 terletak antara 0 – 1 dan kecocokan model dikatakan lebih baik jika R^2 semakin mendekati 1. Suatu sifat penting R^2 adalah nilainya merupakan fungsi yang tidak pernah menurun dari banyaknya variabel bebas yang ada dalam model. Oleh karenanya, untuk membandingkan dua R^2 dari dua model, harus memperhitungkan banyaknya variabel bebas yang ada dalam model.

Tabel 5.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.709 ^a	.502	.488	3.622

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel diatas mengenai pengujian koefisien determinasi *Adjusted R Square* sebesar 0,488. Hal ini menunjukkan bahwa kemampuan variabel Kualitas Produk (X_1), Penetapan Harga (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) menjelaskan pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian (Y) sebesar 48,8%. Sedangkan sisanya sebesar 51,2% merupakan pengaruh dari variabel bebas lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat. Berikut ini adalah langkah-langkah dalam uji statistik F pada tingkat kepercayaan 95% dengan derajat kebebasan $df_1 = (k-1)$ dan $df_2 = (n-k)$. Kriteria: Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 6

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1375.461	3	458.487	34.953	.000 ^b

Residual	1364.206	104	13.117
Total	2739.667	107	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Penetapan Harga, Kualitas Produk

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan tabel di atas diperoleh bahwa nilai F_{tabel} (2,69) dan signifikan $\alpha = 5\%$ (0,05) yaitu F_{hitung} (34,953) dan sig.a (0,000^a). Hal ini mengindikasikan bahwa hasil penelitian menerima H_a dan menolak H_0 . Perbandingan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} dapat membuktikan bahwa secara serempak Kualitas Produk, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Uji Hipotesis Parsial (Uji t)

Uji t adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Taraf signifikan adalah 5%. Kriteria: Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, H_0 ditolak dan H_a diterima, Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 7.

Model	Coefficients ^a				Collinearity Statistics			
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	18.349	3.006			6.103	.000		
Kualitas Produk	.531	.075	.558		7.107	.000	.776	1.288
Penetapan Harga	-.143	.069	-.150		-2.077	.040	.920	1.087
Kualitas Pelayanan	.204	.066	.243		3.067	.003	.763	1.311

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

1. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Produk (X_1) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (7,107) > t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
2. Nilai t_{hitung} untuk variabel Penetapan Harga (X_2) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (2,077) > t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan 0,040 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh negatif yang signifikan secara parsial antara Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian.
3. Nilai t_{hitung} untuk variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terlihat bahwa nilai t_{hitung} (3,067) > t_{tabel} (1,981) dengan tingkat signifikan 0,003 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif yang signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

5. Penutup

Kesimpulan

Kesimpulan yang dapat ditarik peneliti dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan PT. Medan Jaya Makmur.
2. Penetapan Harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan PT. Medan Jaya Makmur.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan PT. Medan Jaya Makmur.
4. Secara serempak Kualitas Produk, Penetapan Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pelanggan PT. Medan Jaya Makmur.

Saran

Saran hasil penelitian adalah:

1. Bagi Peneliti: Peneliti diharapkan melanjutkan penelitian ini untuk mengidentifikasi faktor-faktor lain yang berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. Bagi Perusahaan: Perusahaan diharapkan dapat meningkatkan Keputusan Pembelian konsumen dengan berfokus pada peningkatan Kualitas Produk, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan.
3. Bagi Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia: Program Studi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Prima Indonesia diharapkan dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan dan referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan variabel yang diteliti.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya: Peneliti berikutnya disarankan untuk mempertimbangkan variabel lain selain Kualitas Produk, Penetapan Harga, dan Kualitas Pelayanan sebagai prediktor dalam Keputusan Pembelian. Dengan demikian, penelitian di masa depan dapat mengungkap lebih banyak informasi mengenai faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian.

Daftar Pustaka

- Agustina, Eka Santi, Nia Sonani, Awaluddin, et. al. (2023). *Manajemen Distribusi*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Amiruddin, Mesak Yandri Masela, Nyimas Desy Rizkiyah, et al. (2023). *Manajemen Distribusi di Era Digitalisasi*. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- Firmansyah, Anang. (2019). *Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy)*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Firmansyah, Anang. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Surabaya: UMSurabaya Publishing.
- Gunawan, Ce. (2020). *Mahir Menguasai SPSS (Mudah Mengolah Data Dengan IBM SPSS Statistic 25)*. Yogyakarta : Deepublish Publisher.
- Hapsari, Raditha Dwi Vata, dkk. (2020). *Entrepreneurial Marketing*. Malang: UB Press.
- Harahap, Zulkifli, Dino Leonandri, Daniel Sihombing, Enos Julvirta. (2021). *Manajemen Strategi Pemasaran & Penjualan Hotel*. Malang: Inteligencia Media.
- Herlina, Vivi. (2019). *Panduan Praktis Mengolah Data Kuesioner Menggunakan SPSS*. Penerbit PT. Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Jaya, I. M. L. M. (2019). *Pengolahan Data Kesehatan Dengan SPSS*. Penerbit Thema Publishing, Yogyakarta.
- Marzuki, A, Crystha, A., & Pipit, F. R. (2020). *Praktikum Statistik*. Malang: Ahlimedia Press.
- Purnomo., Rochmat Aldy. (2017). *Analisis Statistik Ekonomi dan Bisnis Dengan SPSS*. Ponorogo: UNMUH Ponorogo Press.
- Prasetyo, Bambang, Nurfian S. Febriani, dan Wayan Weda Asmara. (2018). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Penerbit UB Press. Malang.
- Priyatno, D. (2018). *SPSS Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Penerbit CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Riyanto, Slamet dan Aglis Andhita Hatmawan. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish Publisher.
- Wahyudi, S. T. (2017). *Statistika Ekonomi : Konsep, Teori dan Penerapan*. Penerbit UB Press. Malang.