

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus Di *Eiger Store* Purwokerto)**



Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto
untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

MUHAMAD IQBAL WAHYUDI
NIM. 1423203108

**PROGAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PURWOKERTO
2019**

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhamad Iqbal Wahyudi
NIM : 1423203108
Jenjang : S-1
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Program Studi : Ekonomi Syariah

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian atau karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Demikian pernyataan ini, dan apabila dikemudian hari terbukti ada unsur penjiplakan, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 03 Januari 2018
Saya yang menyatakan,



Muhamad Iqbal Wahyudi
NIM. 142203108



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Jend. A. Yani No.40A Purwokerto 53126
Telp. 0281-635624, 628250, Fax : 0281-636553, www.iainpurwokerto.ac.id

PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(Studi Kasus di *Eiger Store Purwokerto*)

Yang disusun oleh Saudara **Muhamad Iqbal Wahyudi** NIM. 1423203108 Jurusan/Program Studi **Ekonomi Syaria'h** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto, telah diujikan pada hari **Jum'at** tanggal **11 Januari 2019** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E)** oleh Sidang Penguji Skripsi

Ketua Sidang/Penguji

Dr. Ahmad Dahlan, M.S.I.
NIP. 197310142003121002

Sekretaris Sidang/Penguji

H. Soehidin, Lc., M.Si.
NIP. 196910092003121001

Pembimbing/Penguji

Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag.
NIP. 197412172003121006

Purwokerto, Januari 2019

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Fathul Amrudin Aziz, M.M.
NIP. 196804031994031004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
DEKAN FEBI IAIN PURWOKERTO
Di
Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah melaksanakan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi terhadap penelitian skripsi dari Muhamad Iqbal Wahyudi NIM 1423203108 yang berjudul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS DI EIGER STORE
PURWOKERTO)**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut di atas sudah dapat diajukan kepada Dekan Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Wassalamu'alaikmu Wr. Wb.

Purwokerto, 03 Januari 2018
Dosen Pembimbing,



Dr. H. Akhmad Faozan Lc. M.Ag.
NIP. 197412172003121006

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN GAYA HIDUP
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Di Eiger Store
Purwokerto)**

**Muhamad Iqbal Wahyudi
NIM. 1423203108**

ABSTRAK

Pada saat ini banyak perusahaan – perusahaan yang menawarkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Salah satu penyebab yang mempengaruhi turunnya pangsa pasar yaitu menurunnya minat pembeli, kualitas barang yang kurang efektif dan harga yang tidak sesuai kualitas dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, karena produk yang ditawarkan belum bisa memuaskan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian studi kasus di Eiger Store Purwokerto.

Kualitas produk, harga dan gaya hidup merupakan faktor penentu konsumen untuk melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah 1410 dengan rata-rata pengunjung yang melakukan transaksi dalam satu bulan. Rumus sampling diambil dengan rumus slovin sebanyak 93 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan –*andom sampling*. Metode analisis yang digunakan menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan, berdasarkan Uji F diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Gaya hidup (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hal tersebut ditunjukkan dengan nilai F hitung $19,637 > F$ tabel yaitu 3,10. Berdasarkan hasil Uji T diperoleh nilai t hitung $2,093 > t$ tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti secara parsial Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil Uji T diperoleh nilai t hitung sebesar $2,715 > t$ tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti secara parsial Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil Uji T diperoleh nilai t hitung sebesar $2,270 > t$ tabel yaitu 1,661. Hal ini berarti secara parsial Gaya Hidup berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan Kualitas Produk, Harga Gaya Hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Gaya Hidup, Keputusan Pembelian.

THE EFFECT OF QUALITY OF PRODUCTS, PRICES AND LIFESTYLE ON PURCHASE DECISIONS (Case Study at Eiger Store Purwokerto)

**Muhamad Iqbal Wahyudi
NIM. 1423203108**

ABSTRACT

At present many companies offer products that are quality and able to compete in the market. One of the causes that affect the market is the decline in interest of buyers, the quality of goods that are less effective and prices that do not match quality can affect consumers to buy products, because the products offered have not been able to satisfy consumers. Eiger Store Purwokerto.

Product quality, price and lifestyle are determinants of consumers to make purchases and purchases of a product. With good product quality, the demand and needs of consumers for a product will be fulfilled.

This research is quantitative research. The population in this study was 1410 with the average visitor making a transaction in one month. Samples were taken with slovin formula as many as 93 respondents. The sampling technique used is random sampling. The analytical method used uses multiple linear regression analysis techniques.

The results of the study show, based on F Test Related to Product Quality (X1), Price (X2) and Lifestyle (X3) variables that have a significant effect on Purchasing Decisions (Y). This is indicated by the F value of $19.637 > F$ table, which is 3.10. Based on the results of T obtained the value of t count $2.093 > t$ table yaitu 1.661. This is partially important Product quality is positive for purchasing decisions. Based on the results of T obtained by the value of tcount of $2.715 > t$ table namely 1.661. This means positive for purchasing decisions. . Based on the results of T obtained by the value of tcount of $2.270 > t$ table is 1.661. Positive lifestyle towards purchasing decisions. It is permissible to make decisions about products. Prices taken from purchasing decisions. Lifestyle opposes purchasing decisions. Simultaneously Quality Products, Prices, Lifestyle oppose purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Lifestyle, Purchasing Decision.

MOTTO

فَبِأَيِّ آلَاءِ رَبِّكُمَا تُكَذِّبَانِ

“Maka nikmat Tuhanmu yang manakah yang kau dustakan?”

(Q.S Ar-Rahman Ayat 13)¹



¹ Departemen Agama RI, Al-Quran dan Terjemah New Cordova (Bandung: Syaamil Quran, 2012)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil 'alamin,

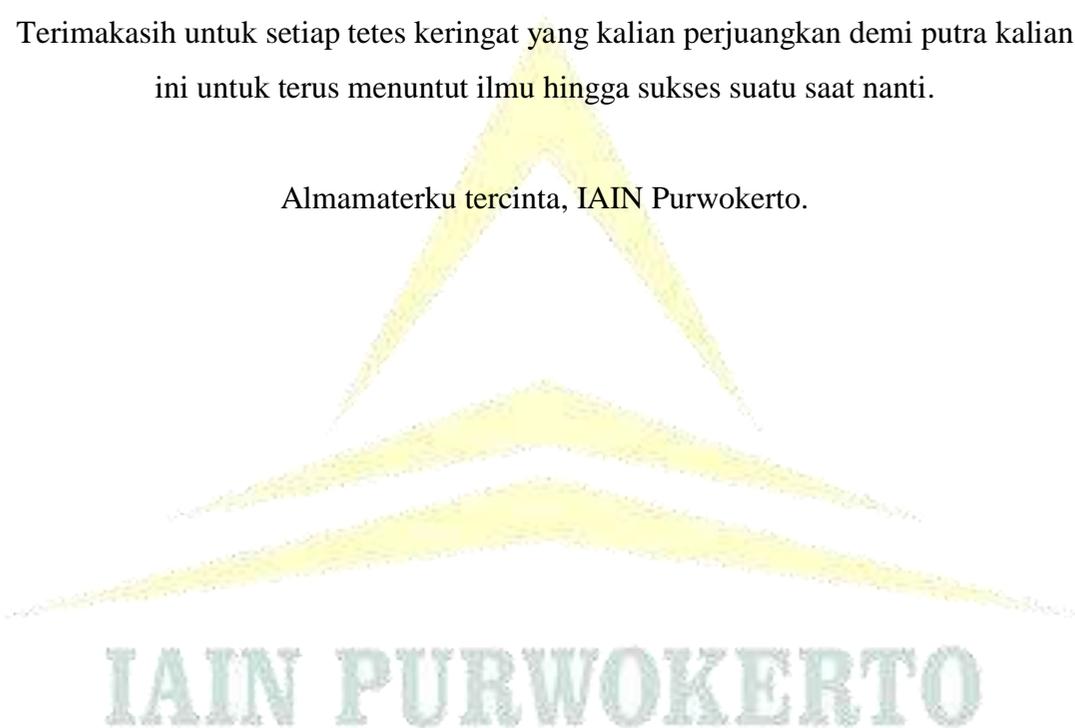
Dengan segala nikmat, karunia dan ridho Allah SWT skripsi ini mampu terselesaikan.

Skripsi ini saya persembahkan untuk:

Bapaku dan Ibu ku tercinta yang senantiasa mendo'akan di setiap waktu dan selalu mendukung dengan penuh kesabaran, ketulusan dan kasih sayang dalam setiap langkahku.

Terimakasih untuk setiap tetes keringat yang kalian perjuangkan demi putra kalian ini untuk terus menuntut ilmu hingga sukses suatu saat nanti.

Almamaterku tercinta, IAIN Purwokerto.



IAIN PURWOKERTO

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Eiger Store Purwokerto)”.

Sholawat dan salam semoga tercurahkan kepada baginda Nabi Agung Muhammad SAW sebagai *suri tauladan* terbaik bagi umatnya yang selalu kita harapkan dan nantikan syafa’atnya di hari kiamat. Amin.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, arahan dan motivasi dari berbagai pihak, untuk itu dengan segala kerendahan hati, peneliti ucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. H. A. Luthfi Hamidi, M.Ag., Rektor IAIN Purwokerto.
2. Dr. H. Munjin, M. Pd.I., Wakil Rektor I IAIN Purwokerto.
3. Drs. H. Asdlori, M. Pd.I., Wakil Rektor II IAIN Purwokerto
4. Dr. H. Supriyanto, Lc., M.S.I., Wakil Rektor III IAIN Purwokerto.
5. Dr. H. Fathul Aminudin Aziz, M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, S.E., M.S.I., Ketua Jurusan Ekonomi Syariah IAIN Purwokerto.

7. Dr. H. Akhmad Faozan, Lc., M.Ag selaku Pembimbing, terima kasih karena telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam penyusunan skripsi ini.
8. Segenap Dosen dan Staf Administrasi IAIN Purwokerto yang telah membantu selama kuliah dan penyusunan skripsi ini .
9. Bapak Beny Sutikno selaku Manager Eiger Store Purwokerto yang telah bersedia membantu proses penyusunan skripsi ini.
10. Karyawan Eiger Store Purwokerto yang telah memberikan banyak penjelasan dan pencerahan untuk keperluan skripsi ini.
11. Bapak Harlis Najarudin dan Ibu Imtihanah selaku Orang tua peneliti, terimakasih atas doa, kasih sayang, kesabaran dan dukungan morill, materil hingga tugas ini dapat terselesaikan dengan baik.
12. Segenap Keluarga Besar Mbah Hj Ngakomah dan Mbah Suripah terimakasih atas dukungan yang kalian berikan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
13. Saudari Afidatun Nisa, S.Pd yang insya Allah akan menjadi teman hidup, timakasih atas motivasi dan supportnya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan ES C angkatan 2014, terimakasih atas kebersamaan, pengalaman-pengalaman selama perkuliahan, dukungan dan motivasi selama berproses bersama.
15. Teman-teman seperjuangan dan semua santri di Pondok Pesantren Darussalam Dukuwaluh Purwokerto, khususnya Sedulur Muria, kalian

semua yang selalu memberikan motivasi dan semangatnya serta ucapan trimakasih atas bantuan kalian semua sehingga penulis bias menyelesaikan skripsi ini.

16. Semua pihak yang terkait dalam membantu penelitian skripsi ini yang tidak mampu peneliti sebutkan satu persatu.

Hanya ucapan terimakasih yang dapat peneliti berikan, semoga bantuan kebaikan dalam bentuk apapun selama peneliti melakukan penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini, menjadi ibadah dan tentunya mendapat kebaikan pula dari Allah SWT. Peneliti berharap, adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, baik mahasiswa, pendidik, maupun masyarakat. *Amiin.*

Purwokerto, 03 Januari 2018
Peneliti,



Muhamad Iqbal Wahyudi
NIM.1423203108

IAIN

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
PENGESAHAN.....	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Definisi Operasional	5
1. Kualitas Produk.....	5
2. Harga.....	6
3. Gaya Hidup	6
4. Keputusan pembelian.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Peneltian	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kualitas Produk.....	10
1. Pengertian Kualitas Produk	10
2. Dimensi Kualitas Produk	11

3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kualitas Produk	12
B. Harga.....	13
1. Pengertian Harga.....	13
2. Metode Penetapan Harga	14
3. Tujuan penetapan harga.....	18
4. Indikator Harga	19
C. Gaya Hidup	19
1. Pengertian Gaya Hidup	19
2. Indikator Gaya Hidup	20
3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Gaya hidup	21
D. Keputusan Pembelian	23
1. Pengertian keputusan pembelian	23
2. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian.....	24
3. Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian	25
4. Dimensi keputusan pembelian	28
5. Proses pengambilan keputusan	30
E. Hubungan Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian	33
F. Kajian Pustaka	34
G. Landasan Teologis	38
1. Kualitas Produksi Dalam Perspektif Islam	38
2. Harga Dalam Perspektif Islam	39
3. Gaya Hidup Daalam Perspektif Islam.....	40
H. Kerangka Berfikir	41
I. Rumusan Hipotesis	42

BAB III METODOLOGIPENELITIAN

A. Jenis Penelitian	43
B. Tempat dan waktu penelitian.....	43
C. Populasi dan sampel penelitian.....	43
D. Variabel dan indikator penelitian	45
E. Teknik Pengumpulan Data.....	50

F. Teknik Analisis Data penelitian.....	51
1. Instrumen penelitian	51
a. Uji Validitas	51
b. Uji Reliabilitas	52
c. Uji Asumsi Klasik	52
d. Analisis Regresi Linier Berganda.....	53

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum lokasi penelitian	57
1. Sejarah singkat eiger store purwokerto.....	57
2. Visi dan misi perusahaan	57
3. Struktur Organisasi	58
B. Hasil Penelitian	58
1. Gambaran Umum Responden	58
2. Instrument Penelitian	61
a. Uji Validitas	61
b. Uji Reliabilitas.....	64
c. Uji Asumsi Klasik	65
d. Analisis Regresi Berganda.....	67
C. Pembahasan hasil penelitian	73

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	78
B. Saran	79

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1 Proses Pengambilan Keputusan.....	30
Gambar. 2 Kerangka Befikir	41
Gambar. 3 Struktur Organisasi	52



DAFTAR TABEL

Tabel. 1	Kajian Pustaka
Tabel. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Tabel. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia
Tabel. 4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan
Tabel. 5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan
Tabel. 6	Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk
Tabel. 7	Hasil Uji Validitas Variabel Harga
Tabel. 8	Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Hidup
Tabel. 9	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian
Tabel. 10	Hasil Uji Reliabilitas
Tabel. 11	Uji Normalitas
Tabel. 12	Uji Multikolinieritas
Tabel. 13	Uji Heteroskedastisitas
Tabel. 14	Uji Analisa Regresi Linier Berganda
Tabel. 15	Nilai Koefisien Korelasi
Tabel. 16	Hasil Nilai Koefisien Determinasi (R^2)
Tabel. 17	Uji T (Uji Parsial)
Tabel. 18	Uji F (Uji Simultan)

IAIN PURWOKERTO

DAFTAR LAMPIRAN

1. Data Kuesiner
2. Data Hasil Uji Validitas
3. Data Hasil Uji Reliabilitas
4. Data Hasil Uji Asumsi Klasik
5. Data Hasil Uji analisis linier berganda
6. Dokumentasi Penelitian
7. Surat ijin Riset
8. Surat Balasan Riset
9. Surat Rekomendasi Skripsi (Munaqosah)
10. Surat Keterangan Lulus Ujian Komprehensif
11. Sertifikat Lulus Bahasa Arab
12. Sertifikat Lulus Bahasa Inggris
13. Sertifikat PPL
14. Sertifikat KKN
15. Sertifikat BTA PPI
16. Sertifikat Aplikom
17. Sertifikat OPAK
18. Daftar Riwayat Hidup

IAIN PURWOKERTO

BAB I

PENDAHULUAN

F. Latar Belakang Masalah

Perkembangan yang terus meningkat di perekonomian dunia seperti sekarang ini, dunia usaha semakin tinggi persaingan dalam bisnis, terutama di Indonesia kebutuhan masyarakat semakin meningkat dan perusahaan-perusahaan semakin merajalela. Pada saat ini banyak perusahaan – perusahaan yang menawarkan produk yang berkualitas dan mampu bersaing di pasaran. Persaingan yang semakin ketat ini menuntut para pelaku bisnis untuk mampu memaksimalkan kinerja perusahaannya agar dapat bersaing di pasar. Dengan adanya persaingan tersebut perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Salah satu penyebab yang mempengaruhi turunnya pangsa pasar yaitu menurunnya minat pembeli, kualitas barang yang kurang efektif dapat mempengaruhi konsumen untuk membeli produk, karena produk yang ditawarkan belum bisa memuaskan konsumen. Oleh karena itu perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk Dalam menyikapi kondisi seperti ini perusahaan harus mempunyai strategi yang dapat menciptakan kepuasan konsumen, salah satunya dengan meningkatkan kualitas agar konsumen merasa puas dengan produk tersebut.

Tjiptono memaparkan bahwa produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan oleh produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, disewa, digunakan atau di konsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan² Dari uraian definisi di atas dapat diketahui bahwa produk bukan hanya sesuatu yang berwujud (*tangible*) seperti makanan, pakaian, buku dan sebagainya, akan tetapi produk juga merupakan sesuatu yang tidak berwujud (*intangible*) seperti pelayanan jasa.³ Konsumen bukan hanya membeli produk itu sendiri, tetapi pada inti yang sebenarnya konsumen membeli manfaat

² Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, *Total Quality Management Edisi Revisi* (Yogyakarta: Andi, 2000), hlm. 22.

³ Abdul Manaf, *Revolusi Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2016), hlm. 255.

(*benefit*) dari produk yang bersangkutan perusahaan yang bijak akan menjual manfaat produk sekaligus produk itu sendiri untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas.⁴

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam penjualan.. Banyak perusahaan yang bangkrut dikarenakan mematok harga yang tidak cocok di pasar. Untuk mengetahui harga yang cocok untuk konsumen, perusahaan harus melakukan riset yang mendalam agar dapat menentukan harga yang cocok untuk konsumen Sehingga perusahaan dapat melakukan transaksi jual beli secara lancar. Bagi perusahaan harga tersebut akan memberikan hasil dengan menciptakan sejumlah pendapatan dan keuntungan bersih.

Konsumen menggunakan harga sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan pembelian produk-produk atau tidak, kapan sebaiknya pembelian dilakukan serta berapa besar kebutuhan akan produk yang dibeli sesuai dengan kemampuan daya beli konsumen. Suatu produk harus tepat dalam penentuan dan penetapan harga jualnya sehingga dapat diterima oleh konsumen dengan tidak mengabaikan kualitas produk tersebut. Dalam keadaan normal, permintaan dan harga mempunyai hubungan yang negatif atau terbalik. Artinya, semakin tinggi harga ditetapkan semakin kecil permintaan. Konsumen sendiri memiliki persepsi mengenai harga bahwa semakin tinggi harga suatu produk makin tinggi pula kualitas produk.⁵

⁴ Hani T Handoko, *Manajemen*; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas (Yogyakarta: BPFE, 2002), hlm. 23.

⁵ Eriyanto Prasetyo Nugroho, "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)", *Skripsi* (Semarang: Unnes, 2011), hlm. 2-3.

Gaya hidup merupakan salah satu penentu untuk membeli suatu produk/jasa oleh konsumen. Fakta ini dapat dijadikan peluang oleh perusahaan dengan menentukan segmen yang tepat untuk memasarkan produk/jasa. Penentuan segmen-segmen pasar yang akan dimasuki akan menentukan pencapaian target dari perusahaan tersebut. Dengan demikian perusahaan harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen seperti gaya hidup yang mempengaruhi perilaku keputusan pembelian.⁶ Gaya hidup masyarakat yang semakin tinggi juga merupakan salah satu pengaruh bagi masyarakat untuk mempertimbangkan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Gaya hidup masyarakat sekarang banyak dipengaruhi oleh adanya modernisasi dalam berbagai bidang sehingga mendorong masyarakat untuk melakukan penyesuaian dengan mengikuti perkembangan yang terjadi.

Kotler dan Armstrong (2009) dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian. Keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.⁷

Dalam mengeluarkan produk, perusahaan harus sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen serta melihat perilaku konsumen, sehingga produk dapat bersaing dipasaran dan juga konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan.

Belakangan ini sedang trend kegiatan petualangan seperti menjelajah hutan, mendaki gunung, camping, dan out bound yang menjadi gaya hidup khususnya dikalangan pemuda. Beranjak dari itu para pelaku usaha melihatnya sebagai peluang bisnis sehingga banyak bermunculan perusahaan yang membuka penyedia peralatan kegiatan luar ruangan (*outdoor equipment*) seperti pendakian

⁶ Estu Mahanani, Pengaruh Citra merek, kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk mataharimall.com, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, *Ikraith-Humaniora*, Vol.2, Maret 20018, hlm 54.

⁷ Ainur Rofiq Rizki, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)", *Skripsi* (Surakarta: UMS, 2015), hlm. 5.

gunung dan out bound. Dalam penelitian ini, peneliti akan mengamati dan meneliti PT Egerindo Multi Produksi Indonesia atau lebih dikenal dengan Eiger yang merupakan perusahaan manufaktur dan retail peralatan petualangan tersebar diseluruh Indonesia akan tetapi peneliti hanya menfokuskan perusahaan Eiger yang berada di Purwokerto yang beralamatkan di Jl. HR. Bunyamin No.08 Bancarkembar Purwokerto Utara (selatan lampu merah Kfc Pabuaran).

Eiger Store Purwokerto merupakan salah satu toko peralatan outdoor equipment yang ada di purwokerto yang berdiri sejak tahun 2013, yang mempunyai visi “menjadi perusahaan peralatan outdoor terkemuka di Indonesia” dan misi “menjadi perusahaan penyalur peralatan outdoor terlengkap”.⁸ Masyarakat memandang produk eiger adalah produk yang berkualitas dan dengan harga yang lebih mahal dibandingkan dengan produk yang lainnya. Akan tetapi masyarakat beranggapan dengan harga yang lebih, produk-produk eiger yang dihasilkan juga berkualitas. Selain itu produk eiger juga merupakan salah satu produk yang dapat meningkatkan kepercayaan diri saat dipakai.

Dari beberapa responden yang telah disurvei oleh peneliti menyatakan bahwa dalam pertimbangan membeli produk eiger dikarenakan kualitas produknya sangat bagus, produknya bervariasi dan berinovasi, produk yang disediakan sangat lengkap dari peralatan out door maupun aksesoris-aksesoris penampilan. Produk eiger juga selalu mengikuti trendy gaya hidup modernisasi sejalan dengan perkembangan zaman. Produk eiger sangat memuaskan walaupun soal harga produk eiger dikenal dimasyarakat mempunyai harga yang cenderung lebih mahal dibanding produk lainnya. Namun, harga bukan menjadi kendala jika produk tersebut mempunyai kualitas yang mumpuni. Produk eiger juga mampu menumbuhkan tingkat kepercayaan diri dalam memakai produknya.

Dari hasil observasi dan wawancara pendahuluan tersebut dapat disimpulkan bahwa eiger store Purwokerto merupakan perusahaan yang menjual barang-barang berkualitas dengan banyak varian produk dan mengikuti trendy masa kini. Harga yang diberikan produk eiger purwokerto juga terjangkau

⁸ Wawancara dengan Beny Sutikno, Manajer Eiger Store Purwokerto pada tanggal 28 oktober 2018, pukul 18:30 WIB.

terbukti Eiger Store Purwokerto dalam sehari pengunjungnya rata-rata 45-50 konsumen dan omset dalam tiga bulan terakhir rata-rata 350 juta per bulanya.⁹

Dengan latar belakang tersebut maka peneliti terdorong untuk mengetahui lebih lanjut tentang bagaimana pengaruh kualitas sebuah produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto dengan judul “**Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Eiger Store Purwokerto)**”

G. Definisi Operasional

Untuk memudahan pemahaman dan menghindari kesalahpahaman tentang judul skripsi tersebut, maka peneliti memberikan penegasan istilah sebagai berikut:

5. Kualitas Produk

Dalam ISO 8402 dan SNI (Standar Nasional Indonesia) pengertian kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik produk atau jasa yang kemampuannya dapat memuaskan kebutuhan, baik yang dinyatakan secara tegas maupun tersamar.¹⁰

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Produk juga diartikan sebagai seperangkat atribut baik berwujud maupun tidak berwujud, termasuk di dalamnya masalah warna, harga, nama baik pabrik dan nama baik toko, dan pelayanan yang diberikan kepada pembeli guna memenuhi kebutuhannya, produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja seperti makanan, pakaian dan lain sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan. Semua itu diperuntukan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan dari konsumen.¹¹

⁹ Wawancara dengan Beny Sutikno, Manajer Eiger Store Purwokerto pada tanggal 28 oktober 2018, pukul 18:30 WIB.

¹⁰ <http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-kualitas-menurut-pakar.html#>. Kamis 28 oktober 2018, Pukul 15:39 WIB.

¹¹ Abdul Manaf, *Revolusi...*, hlm. 255.

Kualitas produk adalah salah satu hal yang sangat penting. Pada dasarnya kualitas adalah kreasi dan inovasi berkelanjutan yang dilakukan untuk menyediakan produk atau jasa yang memenuhi atau melampaui harapan para konsumen, dalam usaha untuk terus memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.¹²

6. Harga

Harga adalah suatu nilai tukar yang bisa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Istilah harga digunakan untuk memberikan nilai finansial pada suatu produk barang atau jasa. Biasanya penggunaan kata harga berupa digit nominal besaran angka terhadap nilai tukar mata uang yang menunjukkan tinggi rendahnya nilai suatu kualitas barang atau jasa. Dalam ilmu ekonomi harga dapat dikaitkan dengan nilai jual atau beli suatu produk barang atau jasa sekaligus sebagai variabel yang menentukan komparasi produk atau barang sejenis.¹³

7. Gaya hidup

Menurut Kotler (2011) gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang dalam kehidupan sehari-hari yang dinyatakan dalam kegiatan, minat, dan pendapat (*opini*) yang bersangkutan. Menurut Minor dan Mowen (2008) gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana membelanjakan uangnya, dan bagaimana mengalokasikan waktunya.¹⁴ Gaya hidup konsumen adalah gambaran perilaku konsumen yang terkait dengan bagaimana ia hidup, menggunakan uangnya, dan memanfaatkan waktu luang yang dimilikinya.¹⁵

¹² Murdifin Haming dan Mahfud Nurnajamuddin, *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 103.

¹³ <https://id.wikipedia.org/wiki/Harga>. Kamis 31 Oktober 2018, pukul 10:49 WIB.

¹⁴ Nia Safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo, *Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang)*, (Universitas Stikubank Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, *Prosiding SENDI_U 2018*), hlm 177.

¹⁵ Donni Juni Priansa, *Perilaku Konsumen dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta, 2017), hlm. 185.

8. Keputusan pembelian

Menurut Cchermerhorn, Hunt, Osborn (2005) berpendapat bahwa :
 “*Decision making is the process of choosing a course of action for dealing with problem and opportunity*”.¹⁶ Menurut Nitisemito (1996) keputusan pembelian adalah proses pengambilan keputusan konsumen dalam mengonsumsi produk dan aktifitas individu.¹⁷ Kotler dan Armstrong (2009) dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian. Keputusan pembelian (purchase decision) konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.¹⁸

H. Rumusan Masalah

Sesuai dengan latar belakang masalah di atas, maka penulis merumuskan permasalahan penelitian, sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto?
2. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto?
3. Bagaimana pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto?
4. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto?

I. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

¹⁶ Juliansyah Noor, *Penelitian Ilmu Managementinjau Filosofi Dan Praktis* (Jakarta: Kencana, 2013), hlm. 196.

¹⁷ Krestawan Wibowo Santoso, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang(Studi Kasus pada Pengguna Permen Tolak Angin di Kelurahan Tembalang Semarang)”, *Skripsi* (Semarang: Diponegoro Journal Of Social And Politic, 2013), hlm. 6.

¹⁸ Ainur Rofiq Rizki, “Analisis Pengaruh...”, hlm. 5.

Setiap langkah dan usaha itu tidak terlepas dari tujuan yang akan dicapai, begitu juga dalam penelitian ini, penulis mempunyai tujuan yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto.
- b. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto.
- c. Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto.
- d. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian di Eiger Store Purwokerto.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan tentang kualitas produk dan memberikan kesempatan bagi penulis untuk menerapkan teori-teori yang sudah didapat di perkuliahan sebelum nantinya penulis terjun langsung ke *enterprenuer*.

- b. Bagi objek penelitian

- 1) Secara teoritis

Menambah ilmu mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

- 2) Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan pengetahuan dalam bidang kualitas produk, harga, gaya hidup dan keputusan pembelian.

- 3) Secara praktis

- a) Penelitian berguna dalam memberikan wacana terhadap pembaca mengenai kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

- b) Penelitian dapat berguna dalam mengembangkan kualitas produk, harga, gaya hidup dan meningkatkan keputusan pembelian.

- c. Bagi fakultas

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai sumber informasi bagi kajian pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian.

d. Bagi pihak lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sumber informasi dan referensi dalam penelitian selanjutnya.

J. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah mempelajari dan memahami karya tulis ilmiah ini, maka berikut akan diuraikan tentang sistematika pembahasan yang dibagi dalam lima bab:

Bab I Pendahuluan. Pada bab ini mencakup sub bab mengenai latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika pembahasan.

Bab II Landasan Teori. Bab ini menguraikan tentang landasan teori yang berkaitan dengan penelitian, kajian pustaka, landasan teologis, rumusan hipotesis.

Bab III Metode Penelitian. Metode Penelitian yang digunakan dalam penulisan skripsi ini berisi tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, variabel dan indikator penelitian, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

Bab IV Analisis dan Pembahasan. Bab ini merupakan hasil dan pembahasan yang meliputi analisa data, pengkajian hipotesis dan pembahasan.

Bab V Penutup. Bab ini berisi tentang kesimpulan dan saran. Pada akhir bagian ini, penulis mencantumkan data atau dokumen berupa daftar pustaka, lampiran-lampiran, dan riwayat hidup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian (studi kasus di Eiger Store Purwokerto). Dari rumusan masalah yang diajukan, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan sebagai berikut:

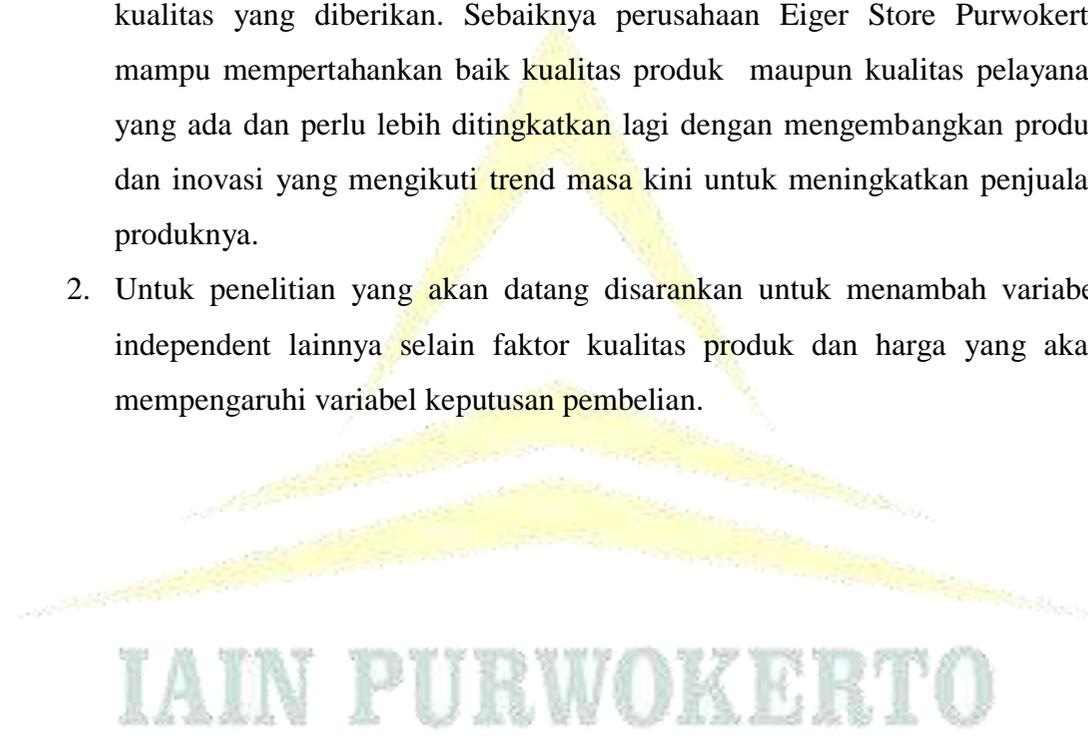
1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H1) telah membuktikan kualitas produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t \text{ hitung} = 2,050 > t \text{ tabel sebesar } 1,661$ dan $\text{sig } 0,043 < 0,05$ dengan demikian H_0 diterima dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk di Eiger Store Purwokerto **Hipotesis ke 1 diterima**.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H2) telah membuktikan Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t \text{ hitung} = 2,715 > t \text{ tabel sebesar } 1,661$ dan $\text{sig } 0,008 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk di Eiger Store Purwokerto **Hipotesis ke 2 diterima**.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H3) telah membuktikan Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Ini dibuktikan dengan hasil uji t yaitu $t \text{ hitung} = 2,270 > t \text{ tabel sebesar } 1,661$ dan $\text{sig } 0,026 < 0,05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk di Eiger Store Purwokerto **Hipotesis ke 3 diterima**.
4. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis (H4) telah membuktikan Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian. Ini dibuktikan dengan hasil uji F yaitu $F \text{ hitung} = 19,637 > F \text{ tabel sebesar } 3,10$ dan $\text{sig } 0,000 < 0,05$ dengan demikian H_0

ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk, Harga dan Gaya Hidup secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk di Eiger Store Purwokerto **Hipotesis ke 4 diterima.**

B. Saran

Dari hasil yang telah dipaparkan, maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Harga produk-produk di Eiger Store Purwokerto sudah sesuai dengan kualitas yang diberikan. Sebaiknya perusahaan Eiger Store Purwokerto mampu mempertahankan baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan yang ada dan perlu lebih ditingkatkan lagi dengan mengembangkan produk dan inovasi yang mengikuti trend masa kini untuk meningkatkan penjualan produknya.
2. Untuk penelitian yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independent lainnya selain faktor kualitas produk dan harga yang akan mempengaruhi variabel keputusan pembelian.



IAIN PURWOKERTO

DAFTAR PUSTAKA

- Rizki Ainur, Rofiq “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Iphone (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)”, *Skripsi* (Surakarta: UMS, 2015).
- Isnaeni, Alfiah Nur “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Keripik Jiwel “Ud Ubaidindo Jaya” (Studi Kasus Di Karanggambas-Padamara-Purbalingga)”, *Skripsi* (Purwokerto: IAIN Purwokerto. 2014)
- Isna, Alizar dan dan Wanto, 2013. *Analisis Data Kuantitatif (paduan praktis untuk penelitian social:dilengkapi dengan analisis regresi nominal dan regresi ordinal)*, Purwokerto: STAINPRESS.
- Ferdinand, Augusty 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: BP UNDIP.
- Harahap, Ansari Dedy “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (Pajus) Medan”, *Jurnal Keuangan dan Bisnis* ((Universitas Islam Sumatera Utara: Vol. 7, No. 3, November 2015).
- Della Sebrica, dkk., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Kampoeng Djowo Sekatul Kabupaten Kendal”, *Diponegro Journal Of Social and Politic* Tahun 2014.
- Priansa, Donni Juni 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bersaing Bisnis Kontemporer*, (Bandung: Alfabeta.
- Eriyanto Prasetyo Nugroho, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)”, *Skripsi*. Semarang: Unnes. 2011.
- Estu Mahanani, Pengaruh Citra merek, kualitas produk, harga, dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian produk mataharimall.com, Universitas Persada Indonesia Y.A.I, *Ikraith-Humaniora*, Vol.2, Maret 20018.
- Eunike Verina, dkk, “Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Pada Toko Fashion Di Jejaring Social Facebook (Survey Pada Konsumen Toko Fashion di Jejaring Facebook yang Berlokasi di Indonesia)”, *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)* (Malang: Universitas Brawijaya, Vol. 10 No. 1 Mei 2014).
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia 2000. *Total Quality Management Edisi Revisi* Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy 2017. *Strategi Pemasaran Edisi 4* . Yogyakarta: ANDI,

- Giardo Permadi Putra dan Zainul Arifin, dkk, “ Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen(Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang melakukan Pembelian Paket Data Kampus)”, (*jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 48 No. 1 Juli 2017).
- Manap, Abdul. 2016. *Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Umar, Husein 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, .Semarang: Penerbit Universitas Diponegoro,
- Irfan Rudianto, Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Beat Di Kecamatan Bululawang Kab. Malang Jawa Timur (Studi Pada Dealer Sekawan Motor Bululawang), *Skripsi* , (Malang: Universitas Maulana Malik Ibrahim, 2018).
- Noor, Juliansyah. 2013. *Penelitian Ilmu Managementinjauan Filosofis Dan Praktis* .Jakarta: Kencana.
- Krestiwawan Wibowo Santoso, dkk., “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang(Studi Kasus pada Pengguna Permen Tolak Angin di Kelurahan Tembalang Semarang)”, *Skripsi* (Semarang: Diponegoro Journal Of Social And Politic, 2013).
- Manaf, Abdul. 2016.*Revolusi Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kuncoro, Mudrajad. 2007. *Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis Dan Ekonomi, Edisi Ketiga*, Yogyakarta: STIM YKPN.
- Haming, Murdifin dan Nurnajamuddin, Mahfud. 2007. *Manajemen Produksi Modern Operasi Manufaktur dan Jasa*. Jakarta: Bumi Aksara,
- Nia Safitri Dewi dan Rokh Eddy Prabowo, Performa Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Gaya Hidup Dalam Mempengaruhi Proses Keputusan Pembelian Minuman Isotonik (Studi Konsumen Minuman Isotonik Di Kota Semarang), (Universitas Stikubank Semarang: Fakultas Ekonomika dan Bisnis, *Prosiding SENDI_U 2018*).
- Nira Melani Panjaitan, “Pengaruh Gaya Hidup, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Merek Iphone (Studi Kasus Pada Mahasiwa Fakultas Ekonomi UNPRI di Kota Medan)”.*Skripsi* (Medan: Universitas Sumatera Utara. 2017)

- Tika, Pabundu. 2006. *Metodologi Riset Bisnis*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 edisi 12*. Jakarta: Erlang.,
- Samad, Rismi dan Priansa, Donni Juni. 2014. *Manajemen Komunikasi Mengembangkan Bisnis Berorientasi Pelanggan*. Bandung: Alfabeta.
- Rudi Yanto Batara Silalahi dan Letanli Ayu Susantri, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas di Pasar Seken Aviari”, *Jurnal Elektronik Rekaman* (Batam: Vol. 2 No. 1).
- Serli Melida, “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbelanja (Studi Pada Toko Taman Bunga Kotagede Yogyakarta)”, *Skripsi* (Yogyakarta: UINSUKA, 2016)
- Assauri, Sofyan. 2001. *Manajemen Pemasaran, Dasar, Konsep, dan Strategi Jilid Pertama, Cetakan Ketiga*. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D Cet. IV*. Bandung: Alfabeta,
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta,
- Suliyanto, 2009. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Syintia Dewi Pandu’u, “Pengaruh Citra merek, Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian *Iphone* Studi Pada Mahasiswa Dan Mahasiswi Di Universitas Sanata Dharma Yogyakarta”, *Skripsi* (Yogyakarta: Universitas Sanata Dharma, 2017)
- T Handoko, Hani. 2002. *Manajemen*; Edisi Kedua, Cetakan Ketigabelas. Yogyakarta: BPFE.
- Tjiptono, Fandy dan Diana, Anastasia, 2000. *Total Quality Management Edisi Revisi*. Yogyakarta: Andi.
- Ummu Habibah, Sumiati, “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura”. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Volume 1, No. 1, Maret 2016.
- Zainal, Veithzal Rival dkk, 2017. *Islamic Marketing Management*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wawancara dengan Beny Sutikno, Manajer Eiger Store Purwokerto pada tanggal 28 oktober 2018, pukul 18:30 WIB.

Wawancara dengan Beny Sutikno, Manajer Eiger Store Purwokerto pada tanggal 28 oktober 2018, pukul 18:30 WIB.

Wawancara dengan saudari Siti Hajar selaku Supervisor di Eiger Store Purwokerto, pada Tanggal 6 Desember 2018, pukul 18:30 WIB

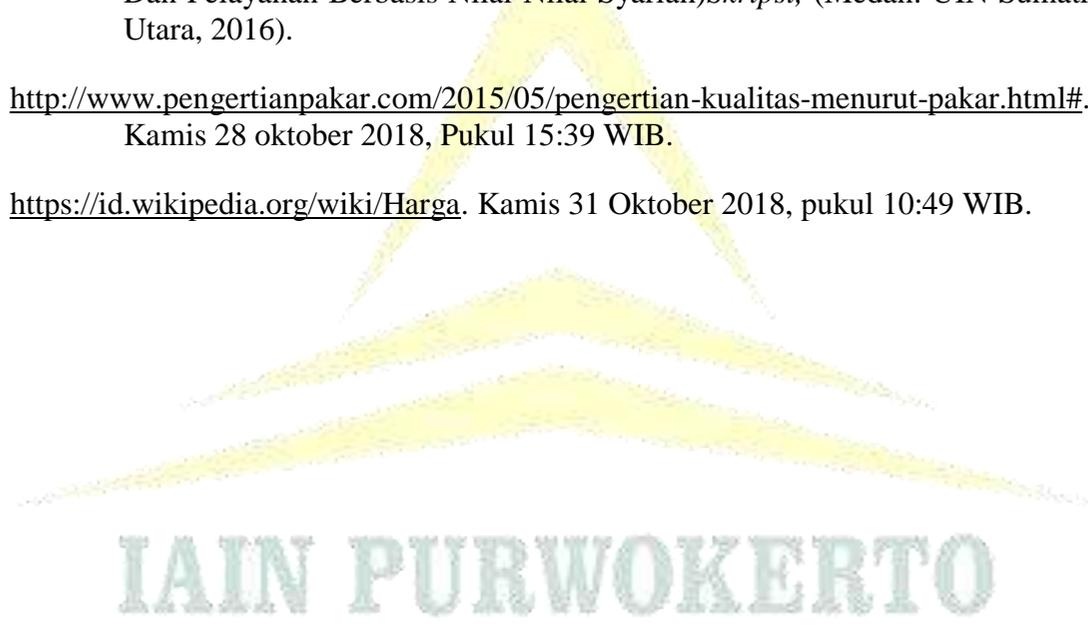
J. Stanton, William dan Lamarto, Y. 2017. *Prinsip Pemasaran Edisi Ketujuh Jilid 1*. Jakarta: Erlangga,

Zainudin Nur, Pengaruh kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk Dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)*Skripsi*, (Medan: UIN Sumatra Utara, 2016).

Zainudin Nur, Pengaruh kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perdana Swalayan Medan (Studi Kasus Tentang Produk Dan Pelayanan Berbasis Nilai-Nilai Syariah)*Skripsi*, (Medan: UIN Sumatra Utara, 2016).

<http://www.pengertianpakar.com/2015/05/pengertian-kualitas-menurut-pakar.html#>.
Kamis 28 oktober 2018, Pukul 15:39 WIB.

<https://id.wikipedia.org/wiki/Harga>. Kamis 31 Oktober 2018, pukul 10:49 WIB.



IAIN PURWOKERTO