

## Pengaruh Harga dan *Celebrity Endorsement* terhadap Keputusan Pembelian Produk

Ni Kadek Diah Pratiwi <sup>(1)</sup>

Putu Herny Susanti <sup>(2)</sup>

I Made Risma M.Arsha <sup>(3)</sup>

<sup>(1)(2)(3)</sup>Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia  
e-mail: [dexpratiwi02@gmail.com](mailto:dexpratiwi02@gmail.com)

### ABSTRACT

*This study was conducted to determine the impact of price and celebrity endorsements on product purchase decisions at Sing Demen Ruet Clothing Distro. This study was conducted at clothing distribution Sing Demen Ruet located on Jl. Nusa Indah No. 18, Denpasar. The population of this study was Sing Demen Ruet clothing distribution visitors. The sample used in this study was 100 respondents identified by random sampling method. Data analysis techniques used in this study are validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. Based on the research results, it can be seen that: (1) Price has a positive and significant effect on a purchase decision (2) Celebrity endorsements have a positive and significant impact on a purchase decision (3) Awards and endorsements by Celebrities have a positive and meaningful impact on purchasing decisions. The level of influence of the independent variables on the purchase decision is 54.2%.*

**Keywords:** *Price; Celebrity Endorsement; Purchase Decision*

### ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh *price* dan *celebrity endorsement* terhadap keputusan pembelian produk di Distro Sing Demen Ruet Clothing. Penelitian ini dilakukan pada distro clothing Sing Demen Ruet yang berlokasi di Jl. Nusa Indah No. 18, Denpasar. Populasi penelitian ini adalah pengunjung distribusi pakaian Sing Demen Ruet. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden yang diidentifikasi dengan metode random sampling. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa: Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (2) Selebriti disebutkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (3) Harga dan mention selebriti berpengaruh positif dan bermakna terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh variabel independen terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 54,2%.

**Kata kunci:** *Harga; Celebrity Endorsement; Keputusan Pembelian.*

### Pendahuluan

Salah satu distributor yang saat ini menghadapi persaingan yang ketat di kota Denpasar adalah Distributor Busana Sing Demen Ruet yang berlokasi di Jl.Nusa Indah Non. 18, Denpasar.

Distor Sing Demen Ruet Busana merupakan salah satu tempat belanja pakaian remaja favorit di Bali. Untuk dapat menarik minat konsumen untuk membeli di tokonya, Sing Demen Ruet Clothing telah melakukan berbagai upaya promosi seperti menjual produk dengan harga bersaing dan melakukan promosi melalui media sosial dengan menggunakan celebrity endorsement. Berdasarkan pengamatan distribusi sandang Sing Demen Ruet terdapat permasalahan pada hasil penjualan yang diperoleh distribusi sandang Sing Demen Ruet, yang dapat dilihat dari baris data penjualan pada tabel 1.1 dibawah ini:

**Tabel 1 Data Penjualan Sing Demen Ruet Clothing Januari-Desember 2022**

BULAN	TARGET	REALISASI	PERSENTASE $\frac{Realisasi}{Target} \times 100\%$
Januari	Rp. 10.000.000	Rp. 8.860.000	-
Februari	Rp. 10.000.000	Rp.5.270.000	53 %
Maret	Rp. 10.000.000	Rp.4.565.000	46 %
April	Rp. 10.000.000	Rp.3.765.000	38 %
Mei	Rp. 10.000.000	Rp.5.150.000	51 %
Juni	Rp. 10.000.000	Rp.4.210.000	42%
Juli	Rp. 10.000.000	Rp.2.550.000	25 %
Agustus	Rp. 10.000.000	Rp.2.225.000	22 %
September	Rp. 10.000.000	Rp.2.480.000	25 %
Oktober	Rp. 10.000.000	Rp.3.270.000	33 %
November	Rp. 10.000.000	Rp.2.385.000	24 %
Desember	Rp. 10.000.000	Rp.1.850.000	18 %
Total	Rp.120.000.000	Rp.46.580.000	

Sumber: Sing Demen Ruet Clothing.

Pada Tabel 1.1 terlihat dari data penjualan produk Distro Sing Demen Ruet Clothing mengalami nak turunnya jumlah penjualn yang di dapatkan. Dilihat dari persentase penjualan yang di peroleh oleh Distro Sing Demen Ruet Clothing pada bulan Januari sebesar 53%. Sedangkan penjualan di bulan April persentase penjualan yang di peroleh sebesar 38% dan pada bulan Mei persentase naik sebesar 51% hingga persentase penjualan turun drastis pada bulan desember sebesar 18%. Dilihat dari hasil nilai penjualan yang di dapatkan oleh Distro Sing Demen Ruet Clothing hanya sebesar Rp 46.580.000 dari target penjualan yang di tetapkan sebesar Rp. 120.000.000 dari realisasi data penjualan di atas menunjukkan bahwa penjualan pada distro sing demen ruet clothing belum memenuhi target yang ditetapkan oleh *Distro Sing Demen Ruet Clothing*. Hal ini menunjukkan bahwa data penjualan produk pada tahun 2022 belum memenuhi target nilai penjualan yang ditetapkan oleh perusahaan, dengan kata lain bahwa promosi yang dilakukan oleh perusahaan *Sing Demen Ruet*

*Clothing* belum optimal yang berdampak terhadap keputusan pembelian konsumen pada perusahaan. Keputusan pembelian menjadi hal yang sangat penting dalam keberhasilan suatu bisnis dalam perusahaan karena dengan adanya keputusan pembelian konsumen pada perusahaan tentunya akan menjadi keberhasilan suatu perusahaan tersebut. Selanjutnya permasalahan yang di diperoleh berdasarkan dari hasil observasi terkait dengan harga produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing adapun harga produk yang dijual pada Sing Demen Ruet Clothing dibandingkan dengan kompetitor pesaing sejenis bisa dilihat dari Tabel 1.2 daftar harga produk Distro Sing Demen Ruet Clothing sebagai berikut:

**Tabel 2 Daftar Harga Produk**

HARGA				
NO	JENIS PRODUK	Sing Demen Ruet Clothing		Rounghandrebel Clothing
1	Baju	Rp.120.000 150.000/pcs	-	Rp.150.000 -300.000/pcs
2	Celana	Rp.180.000/pcs		Rp.250.000/pcs
3	Topi	Rp.150.000/pcs		Rp.130.000/pcs
4	Silingbag	Rp.300.000/pcs		Rp.250.000/pcs
5	Jacket	Rp.330.000/pcs		Rp.300,000 -850.000/pcs

*Sumber: Sing Demen Ruet Clothing dan Rounghandrebel Clothing.*

Seperti dapat dilihat pada Tabel 1.1, harga produk di Distro Busana Sing Demen Ruet dengan kompetitor sejenis dibandingkan dengan harga yang ditawarkan untuk beberapa produk sejenis memiliki harga yang bervariasi dari yang paling murah sampai yang paling mahal. . Dilihat dari harga di Sing Demen Ruet Clothing, terdapat beberapa produk sejenis yang memiliki harga lebih tinggi dari kompetitor sejenis. Sedangkan kompetitor dengan tipe yang sama memiliki harga produk yang lebih murah dibandingkan Sing Demen Ruet Clothing. Untuk menentukan harga suatu produk yang akan dijual, penting bagi perusahaan untuk terlebih dahulu melakukan riset aktual untuk mengetahui harga produk yang sudah ditetapkan oleh pesaing lain, yang tentunya akan membuat konsumen mempertimbangkannya. membeli produk yang mereka inginkan.

Permasalahan tersebut dapat didasarkan pada pengamatan mengenai celebrity endorsement dalam meningkatkan keputusan pembelian produk di Distro Sing Demen Ruet Clothing. Hal ini dapat Anda lihat pada Tabel 1.3 Data Follower Instagram Selebriti Endorsed di bawah ini.

**Tabel 3. Data Follower Instagram *Celebrity Endorsment***

No	Nama Instagram Distro	Nama Instagram Celebrity Endorsment	Jumlah Follower
1	Sing Demen Ruet Clothing	Donnie_lesmana	54,8 RB
2	Sing Demen Ruet Clothing	Aditmci7	38,5 RB

*Sumber: Akun Instagram.*

Dilihat dari Tabel 3, *clothing cast* Sing Demen Ruet memperkerjakan artis dan selebriti musisi lokal Bali dalam kompetisi memasak terbesar di Indonesia. Dalam hal selebritis yang digunakan oleh distributor pakaian Sing Demen Ruet, tentunya harus ada latar belakang dan kepopuleran dari seorang selebgram yang akan mempengaruhi pengenalan dan promosi produk kepada konsumen. Dengan banyaknya jumlah pelanggan yang ada, tentunya program ini memiliki daya tarik yang besar dalam memperkenalkan dan mempromosikan produk kepada konsumen. Distro Sing Demen Ruet Clothing dapat memanfaatkan selebriti yang lebih menarik untuk memperkenalkan produknya kepada konsumen, yang akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. *Use Case Celebrity endorsement* akan dapat menampilkan produk secara lebih luas kepada publik. Pengetahuan endorser sebagai endorser produk yang terkenal memegang peranan penting dalam memberikan informasi detail tentang produk yang diiklankan kepada masyarakat. Namun sebenarnya di sini validator tidak memberikan detail tentang produk yang ada di iklan tersebut. Hal ini mengakibatkan iklan kurang menarik bagi konsumen, yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produk perusahaan.

Berdasarkan dari penjelasan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan *Celebrity Endorsement* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Distro *Sing Demen Ruet Clothing* Denpasar”**

Menurut Setyo (2017:758) Harga adalah jumlah nilai yang ditukar konsumen untuk suatu produk atau layanan untuk mendapatkan keuntungan ketika konsumen memiliki atau menggunakan produk atau layanan tersebut. Saat memasarkan produk atau jasa, sebuah bisnis harus menentukan harga yang tepat. Harga penting karena menentukan profitabilitas dan kelangsungan hidup bisnis. Harga merupakan faktor utama yang dipertimbangkan konsumen untuk melakukan pembelian, pada umumnya konsumen tertarik dengan harga yang kompetitif

---

dan relatif murah yang sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana (2018) tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus di Alfamart Kota Medan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan sekaligus dua variabel independen yang diteliti yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

**H1: Diduga Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar.**

Menurut Kotler (2008), pengaruh selebriti disebabkan oleh reputasi yang didukung oleh faktor keahlian, kredibilitas, dan minat. Celebgram adalah istilah yang merujuk pada pengguna akun Instagram terkenal di situs jejaring sosial Instagram. Istilah ini merujuk pada kata selebriti dan Instagram dimana gabungan kata tersebut berarti selebriti sebagai selebriti Instagram. Celebrity endorsement yang berperan sebagai penyaji produk akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam menampilkan produk yang diendorsesnya. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Ina Rizky Artini (2016) yang meneliti pengaruh selebriti terhadap keputusan pembelian shampo kecantikan Sunsilk Cro-Creations oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Gereja Indonesia Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa celebrity endorsement yang diteliti memiliki pengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

**H2: Diduga *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar.**

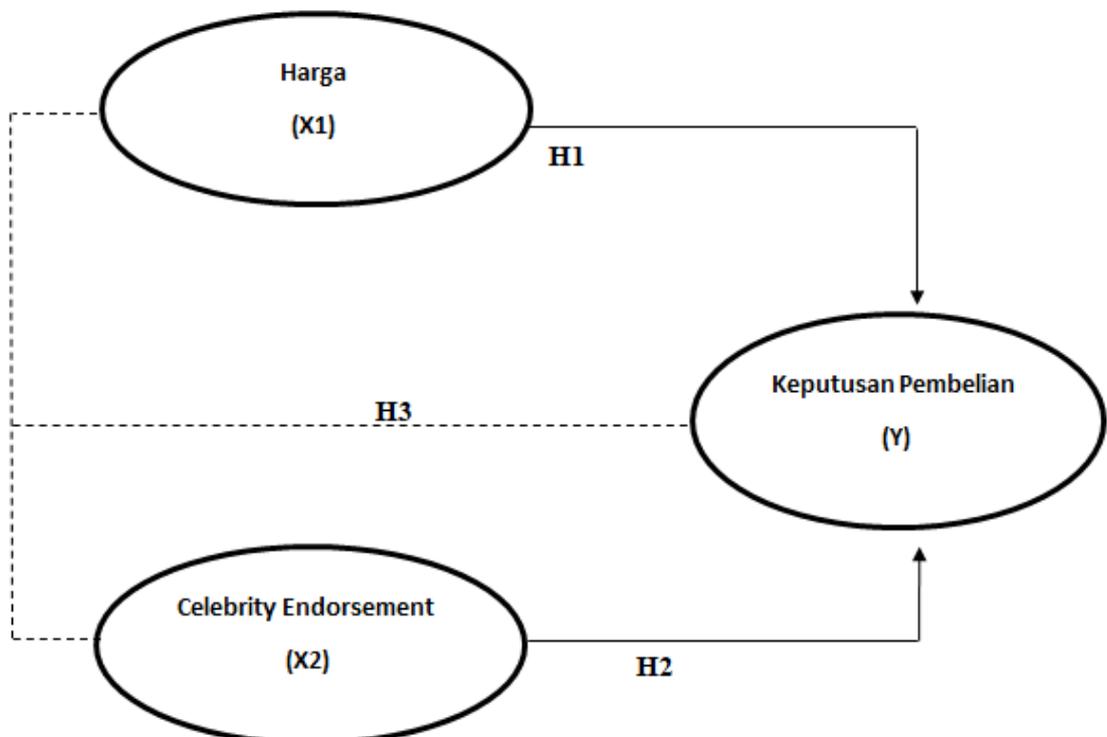
Menurut Kotler (2008), pengaruh selebriti disebabkan oleh reputasi yang didukung oleh faktor keahlian, prestise dan minat. Celebgram adalah istilah yang merujuk pada orang yang menggunakan akun Instagram terkenal di situs jejaring sosial Instagram. Istilah ini mengacu pada kata selebritis dan Instagram dimana kata gabungan tersebut berarti selebritis sebagai selebritis Instagram. Celebrity endorsement berperan sebagai pemberi rekomendasi produk yang akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen saat melihat produk yang mereka endorse. Hal ini didukung oleh penelitian sebelumnya oleh Ina Rizky Artini (2016) yang meneliti pengaruh selebriti terhadap keputusan pembelian shampo kecantikan Sunsilk Cro-Creations oleh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ekonomi Studi Islam Gereja Indonesia Yogyakarta . Hasil penelitian menunjukkan bahwa endorsement selebriti yang diteliti memiliki pengaruh

positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan uraian diatas, dapat ditarik kesimpulan dijadikan hipotesis yaitu:

**H3: Diduga Harga dan *Celebrity Endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar.**

### Metode Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam penelitian asosiatif. Penelitian asosiatif adalah penelitian yang mencari hubungan antar variabel, yaitu variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Penelitian ini bertujuan untuk mencari hubungan atau pengaruh antara variabel bebas harga (X1) dan *Celebrity Endorsement* (X2) terhadap variabel terikat keputusan pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan di distro Sing Demen Ruet Clothing yang berlokasi di Jl. Nusaindah No. 18, Denpasar. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung distro Sing Demen Ruet Clothing. Dalam penelitian ini sampel yang akan diambil sebesar 100 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil penyebaran kuisioner dan selanjutnya dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berdasarkan hasil kajian instrumen penelitian disimpulkan bahwa data penelitian valid karena hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa alpha lebih besar dari 0,60, sehingga data dianggap reliabel. Hasil pengujian hipotesis klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dengan signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 0,060. Hasil uji multikolinearitas dan uji varian juga menunjukkan bahwa data tidak memiliki bias pengamatan yang dapat mempengaruhi hasil ketika data dianggap layak untuk diteliti. .

**Tabel 4 Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.003	3.031		4.290	.000
	X1	.532	.117	.409	4.546	.000
	X2	.701	.155	.407	4.524	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2023

$$\text{Persamaan regresi penelitian ini adalah : } Y = 13,003 + 0,532X_1 + 0,701X_2 + e$$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,546$  dan nilai sig 0.000. Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik harga produk yang ditawarkan oleh Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Saat memasarkan produk atau jasa, sebuah bisnis harus menentukan harga yang tepat. Harga penting karena menentukan profitabilitas dan kelangsungan hidup bisnis. Harga merupakan faktor utama yang diperhatikan konsumen dalam melakukan pembelian, pada umumnya konsumen tertarik dengan harga yang kompetitif dan relatif murah yang sesuai dengan kualitas produk yang diinginkan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya oleh Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana (2018) tentang pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus).gambar pada Alfamart Kota Medan). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan sekaligus dua variabel independen yang diteliti

yaitu harga dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif *Celebrity Endorsement* terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung} = 4,524$  dan nilai sig 0.000. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, apabila terjadi peningkatan pada variabel *Celebrity Endorsement* maka akan meningkatkan keputusan pembelian. *Celebgram* adalah istilah yang merujuk pada pengguna akun Instagram terkenal di situs jejaring sosial Instagram. Istilah ini merujuk pada kata selebriti dan Instagram dimana gabungan kata tersebut berarti selebriti sebagai selebriti Instagram. *Celebrity endorsement* yang berperan sebagai penyaji produk akan mempengaruhi sikap dan perilaku konsumen dalam menampilkan produk yang diendorsenya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Ina Rizky Artini (2016) yang meneliti pengaruh dukungan selebriti terhadap keputusan konsumen dalam pembelian shampo kecantikan Sunsilk Cro-Creations mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *celebrity endorsement* yang diteliti memiliki pengaruh positif secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian.

**Tabel 5. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.742 <sup>a</sup>	.551	.542	4.73453

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,542. hal ini berarti 54,2% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari kedua variabel Harga dan *Celebrity Endorsemen*. Sedangkan sisanya (100% - 54,2% = 45,8%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian.

**Tabel 6. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2671.432	2	1335.716	59.588	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2174.328	97	22.416		
	Total	4845.760	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh harga dan *celebrity endorsement* secara simultan terhadap keputusan pembelian Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 59,588 dan Sig. 0.000. Ini berarti bahwa Harga dan *Celebrity Endorsement* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa Harga dan *Celebrity Endorsement* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk teruji kebenarannya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Yerita Septiani, Irvan F.C.Oentoeng (2020) meneliti terkait Pengaruh *Celebrity Endorsement* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Bayi Di Instagram @Preloved1402. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial (uji t) *Celebrity Endorsement* (X1) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian (Y).

### **Simpulan**

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Harga dan *celebrity endorsement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Melihat hasil penelitian, Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar kedepannya harus memperhatikan kualitas produk yang dijualnya, gunakan bahan berkualitas seperti katun untuk menciptakan produk yang bisa nyaman digunakan sehari – hari dengan harga yang tidak terlalu mahal. Hal ini dapat menarik konsumen untuk melakukan pembelian produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar. Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar harus lebih teliti dalam memilih *Celebrity Endorsement* gunakan sosok yang tampan dan cantik dengan usia yang relative muda untuk bisa menarik konsumen melakukan pembelian produk. Sebab dengan menggunakan *Celebrity Endorsement* akan memberikan daya tarik atau pemikat bagi konsumen untuk membeli produk karena terlihat produk tersebut bagus saat digunakan. Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar harus menciptakan *design* produk dan berbeda – beda setiap bulannya untuk bisa membuat konsumen membeli produk pada Distro Sing Demen Ruet Clothing Denpasar lebih dari 2 jenis dalam satu transaksi

### **Daftar Pustaka**

- Abdullah, Thamrin, Tantri, & Francis. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Pt. Raja Grafindo Persada.
- Amstrong, G., dan Kotler, P. (2012). *Dasar - Dasar Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.

- 
- Ariella, I. R. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*.
- Artini, I. R. (2016). *Pengaruh Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk Shampo Kecantikan Sunsilk Cro-Creations Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia*. Yogyakarta.
- Fildzah dkk, (2017), Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Sweater Online Shop di Media Sosial Instagram, *Jurnal Ekonomi, Bisnis & Entrepreneurship*, Vol. 11, No. 2.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Juliana dkk, (2018), Pengaruh *Celebrity Endorser* dan *Brand Image* Terhadap *Purchase Intention* Produk Kosmetik Etude House Pada Mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata Pelita Harapan Karawaci, *Jurnal Ilmiah Skylandsea*, Vol. 2, No. 2.
- Keller, K. (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Alfamart Di Kota Medan). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah*.
- Ngaisah, S. (2020). *Manajemen Pemasaran*. Bekasi: Pustaka Abadi.
- (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Natasha Skin Care (Studi Kasus Konsumen Natasha Skin Care Lippo Cikarang). *Jurnal Ekonomi, Bisnis, Dan Ilmu Sosial Universitas Pelita Bangsa Bekasi*.
- Peter, J., Paul, Olson, dan Jerry, C. (2010). *Consumer Behavior And Marketing Strategy 9th* . New York, Usa: Graw Hill.
- Rayan, F. M. (2004). *Marketing Celebrities*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo.
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua. *Jurnal Stie Semarang*.
- Rusmawati, D. J., dan Yunny. (2019). Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya. *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen*.
- Samosir, Legia, & Stephani. (2016). Pengaruh Penggunaan Brand Ambassador Dewi Sandra Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Di Kota Bandung. *Jurnal Sosioteknologi*.
- Sari, Diana, & Yunita. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Kapur Barus Merek Bagus (Studi Pada Konsumen Giant Bsb Semarang). *Jurnal Ekonomi*.
- Schiffman, dan Kanuk. (2010). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Septiani, Yerita, Oentoeng, & Irvan, F. C. (2020). Pengaruh Celebrity Endorsement Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Baju Bayi Di Instagram @Preloved1402. *Jurnal Kewirausahaan, Akuntansi, Dan Manajemen Tri Bisnis*.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
- Sudodo, Yandri, (2019), Analisis Pengaruh Harga dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia*, Vol. 04, No. 01.
- (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Jakarta: Alfabeta.
-

- Sunny. (2017). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Kualitas Informasi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Oleh Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Tjiptono, F., & Anastasia, D. (2016). *Pemasaran, Esensi, Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- (2016). *Pemasaran Esesi Dan Aplikasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wang, C., Wang, Y., Wang, J., Xiao, J., & Liu, J. (2021). Factors Influencing Consumers' Purchase Decision-Making In 020 Business Model: Evidence From Consumers' Overall Evaluation. *Journal Of Retailing And Consumer Services*.
- Wirawan, N. (2017). *Cara Mudah Memahami Statistika Ekonomi Dan Bisnis*. Denpasar: Keraras Emas.
- .