

## The Influence of Product Completeness and Prices on Purchasing Decisions at Khiara Electronic Shop of West Seluma Sub-District

### Pengaruh Kelengkapan Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat

Popi Yulanda<sup>1)</sup>; Sri Handayani<sup>2)</sup>; Suswati Nasution<sup>2)</sup>

<sup>1)</sup>Study Program of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

<sup>2)</sup> Department of Management, Faculty of Economic, Universitas Dehasen Bengkulu

Email: <sup>1)</sup> [popi26yulanda@gmail.com](mailto:popi26yulanda@gmail.com); <sup>2)</sup> [iiehandayani27@unived.ac.id](mailto:iiehandayani27@unived.ac.id); <sup>2)</sup> [suswatinasution@unived.ac.id](mailto:suswatinasution@unived.ac.id)

#### ARTICLE HISTORY

Received [13 Agustus 2021]  
Revised [27 Agustus 2021]  
Accepted [18 September 2021]

#### KEYWORDS

Product Completeness,  
Price, Purchasing Decision.

This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license



#### ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 120 orang pelanggan yang melakukan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda, uji determinasi dan uji hipotesis. Hasil analisis regresi menunjukkan  $Y = 9,338 + 0,308X_1 + 0,477 X_2 + e$ , hal ini menggambarkan arah regresi yang positif, artinya terdapat pengaruh positif antara  $X_1$  (kelengkapan produk) dan  $X_2$  (harga) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Kelengkapan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Kelengkapan produk dan harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05.

#### ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the influence of product completeness and price on purchasing decisions at Khiara Electronics Shop, West Seluma Sub-District. The sample in this study were 120 customers who made purchases at Khiara Electronics Shop, West Seluma Sub-District. The data collection used is a questionnaire and the method of analysis used is multiple linear regression, test of determination and hypothesis testing. The results of the regression analysis showed that  $Y = 9.338 + 0.308X_1 + 0.477 X_2 + e$ , this illustrates a positive direction of regression, meaning that there is a positive influence between  $X_1$  (product completeness) and  $X_2$  (price) on purchasing decisions ( $Y$ ). Product completeness has a significant influence on purchasing decisions at Khiara Electronics Shop, West Seluma Sub-District. This is evidenced by a significant value of 0.000 is less than 0.05. Price has a significant influence on purchasing decisions at Khiara Electronics Shop, West Seluma Sub-District, this is evidenced by a significant value of 0.000 is less than 0.05. Product completeness and price simultaneously have a significant influence on purchasing decisions at Khiara Electronics Shop, West Seluma Sub-District, this is evidenced by a significant value of 0.000 is less than 0.05.

#### PENDAHULUAN

Para menejer pemasaran harus mengambil keputusan-keputusan besar seperti ciri (features) apa yang harus dirancang untuk sebuah produk baru, harga yang harus ditawarkan kepada pelanggan; di mana produk tersebut harus dijual dan berapa banyak biaya yang harus dikeluarkan untuk iklan dan penjualan. Dalam hal ini Pelanggan akan menilai tawaran berdasarkan fitur atau kualitas produk yang ditawarkan. Banyak orang berpikir bahwa sebuah produk merupakan tawaran berwujud, namun produk sebenarnya bisa lebih dari itu. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memuaskan keinginan atau kebutuhan konsumen.

Produk-produk yang dipasarkan meliputi barang fisik, jasa, pengalaman, acara-acara, orang, tempat, properti, organisasi dan gagasan. Pada dasarnya kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan bahkan cenderung meningkat dari waktu ke waktu maka perusahaan perlu mengadakan suatu riset pemasaran dalam usahanya untuk mengetahui produk apa yang sebenarnya dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen.

Setiap produk yang ditawarkan sangat berpengaruh terhadap konsep penetapan harga, namun perlu mempertimbangkan beberapa isu penetapan harga bauran produk. Logika penetapan harga harus diubah apabila produk tersebut adalah bagian dari bauran produk. Dalam hal ini, perusahaan tersebut mencari beberapa harga yang memaksimalkan laba dari seluruh bauran tersebut. Penetapan harga sulit diperoleh karena berbagai produk memiliki saling keterkaitan permintaan dan biaya serta dipengaruhi berbagai tingkat persaingan yang berbeda.

Produk yang bervariasi dan harga yang terjangkau akan memberikan sebuah keuntungan tersendiri bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang dagang karena hal ini akan memberikan sebuah dorongan kepada konsumen untuk mengambil sebuah tindakan pembelian di perusahaan tersebut. Menurut Kotler dan Keller (2017:214), “keputusan pembelian konsumen” adalah “tahap dimana konsumen membentuk niat untuk membeli produk yang paling disukai, dimana keputusan konsumen untuk memodifikasi, menunda atau menghindari sangat dipengaruhi resiko yang dirasakan”.

Dalam hal ini perusahaan seperti Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat yang merupakan usaha perseorangan yang menawarkan aneka macam produk untuk kebutuhan sehari-hari dengan harga yang terjangkau, perusahaan terus mengembangkan dan mengadopsi sistem pemasaran kearah yang lebih baik. Oleh karena itu perusahaan tersebut merupakan salah satu perusahaan dagang yang mempunyai kemajuan yang semakin meningkat dalam bidang perdagangan, dengan memberikan penawaran akan produk-produk yang bervariasi yang sesuai dengan tingkat kebutuhan konsumen yang tidak lepas dari penetapan harga yang dilakukan.

Oleh karena itu Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat, selalu berusaha menyediakan semua produk yang dibutuhkan masyarakat dengan lengkap. Semua kebutuhan dari masyarakat akan disediakan oleh Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat. Selain itu, Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat juga menjual barang-barang tersebut dengan harga yang murah dan terjangkau oleh masyarakat. Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Windi (2016 dengan judul Hubungan Inovasi dengan Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Bengkulu, hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara inovasi dengan keputusan pembelian,. Penelitian Batardan (2013 dengan judul Hubungan Harga, Kualitas dan Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer pada PNS di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Kaur. Hasil penelitian menunjukkan juga terdapat hubungan yang signifikan.

## LANDASAN TEORI

### Kelengkapan Produk

Menurut Kotler (2014:347), kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen. Produk dibeli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (tangible features), tetapi juga aspek non fisik (intangible features) seperti citra dan jasa yang tidak dapat dilihat. Dapat disimpulkan bahwa Kelengkapan produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merk, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

### Harga

Kumalasari (2016:37) mendefinisikan harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Sedangkan menurut Sumarwan (2014:303), harga adalah atribut produk atau jasa yang paling sering digunakan oleh sebagian besar konsumen untuk mengevaluasi produk.

### Keputusan Pembelian

Menurut Engel (2013:31), keputusan pembelian adalah proses merumuskan berbagai alternatif tindakan guna menjatuhkan pilihan pada salah satu alternative tertentu untuk melakukan pembelian. Pemasar perlu mengetahui siapa yang terlibat dalam keputusan membeli dan peran apa yang dimainkan oleh setiap orang untuk banyak produk, cukup mudah untuk mengenali siapa yang mengambil keputusan

## METODE PENELITIAN

### Metode Analisis

#### Regresi Linier Berganda

Model regresi adalah model yang digunakan untuk menganalisis pengaruh dari berbagai variabel independen terhadap satu variabel dependen (Ferdinand, 2012:56). Bentuk umum persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut (Sugiyono, 2013:192) :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X1 = kelengkapan produk

X2 = Harga

a = Nilai konstanta

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> yang kecil berarti kemampuan variabel – variabel independen dalam menerangkan variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati 1 berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

### Pengujian Hipotesis

Uji t

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat.

Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil dan Pembahasan

#### Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh kelengkapan produk, harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat. Perhitungan statistik dalam analisis regresi berganda dijelaskan pada tabel berikut :

**Tabel 1. Hasil Uji Regresi Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	9.338	3.070		3.042	.003
Kelengkapan produk	.308	.074	.315	4.180	.000
Harga	.477	.074	.486	6.441	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS 21.00 maka dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 9,338 + 0,308X_1 + 0,477 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Keputusan pembelian

X<sub>1</sub> = Kelengkapan produk

X<sub>2</sub> = Harga

e = erorr

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta 9,338 mempunyai arti bahwa apabila variabel Kelengkapan produk (X<sub>1</sub>), Harga (X<sub>2</sub>) dianggap tetap maka variabel Keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 9,338
2. Pengaruh Kelengkapan produk (X<sub>1</sub>) terhadap Keputusan pembelian (Y)  
Nilai koefisien regresi variabel X<sub>1</sub> (Kelengkapan produk) adalah sebesar 0,308 dengan asumsi apabila X<sub>1</sub> (Kelengkapan produk) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (keputusan pembelian) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,308 kali.
3. Pengaruh Harga (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan pembelian (Y)  
Nilai koefisien regresi variabel X<sub>2</sub> (Harga ) adalah sebesar 0,477 dengan asumsi apabila X<sub>2</sub> (Harga ) mengalami kenaikan sebesar satu-satuan maka Y (keputusan pembelian) juga akan mengalami kenaikan sebesar 0,477 kali.

### Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai *adjusted R square* :

**Tabel 2. Koefesien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.690 <sup>a</sup>	.477	.468	2.367

a. Predictors: (Constant), Harga, Kelengkapan produk

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Untuk nilai koefesien determinasi menggunakan model *adjust R square*. Dari hasil perhitungan dengan menggunakan SPSS dapat diketahui nilai koefesien determinasi dari *adjust R square* yaitu sebesar 0,477. Hal ini berarti bahwa  $X_1$  (kelengkapan produk) dan  $X_2$  (harga), memiliki kontribusi terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 47,7 % sedangkan sisanya 52,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Uji parsial (t)

Hasil pengujian hipotesis uji t dengan menggunakan SPSS 21.00 adalah sebagai berikut :

**Tabel 3. Hasil Uji t Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.338	3.070		3.042	.003
	Kelengkapan produk	.308	.074	.315	4.180	.000
	Harga	.477	.074	.486	6.441	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Dari hasil perhitungan di atas maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### 1. Variabel $X_1$ (Kelengkapan produk)

Hasil pengujian untuk variabel  $X_1$  (kelengkapan produk) menunjukkan  $t_{hitung} = 4,180$  kemudian dibandingkan dengan dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan  $dk = n - 2 = 120 - 2 - 1 = 117$ , diketahui nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,657. Maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $4,180 > 1,657$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya  $X_1$  (kelengkapan produk) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y).

#### 2. Variabel $X_2$ (Harga)

Hasil pengujian untuk variabel  $X_2$  (harga) menunjukkan  $t_{hitung} = 6,441$  kemudian dibandingkan dengan dengan nilai  $t_{tabel}$  dengan *level of signifikan* ditetapkan 95% dengan perhitungan satu arah dan  $dk = n - 2 = 120 - 2 - 1 = 117$ , diketahui nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,657. Maka  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $6,441 > 1,657$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena  $t_{hitung} > t_{tabel}$  dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima  $X_2$  (Harga) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian (Y).

### Uji Simultan (F)

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dimaksudkan untuk mengukur besarnya pengaruh  $X_1$  (kelengkapan produk),  $X_2$  (harga) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) maka digunakan uji F. berdasarkan hasil pengujian hipotesis Uji Anova atau uji F terlihat pada tabel berikut :

**Tabel 4. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	597.060	2	298.530	53.304	.000 <sup>b</sup>
	Residual	655.265	117	5.601		
	Total	1252.325	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kelengkapan produk

Sumber: Hasil Penelitian dan diolah, 2021

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai  $F_{hitung} = 53,304$  sedangkan  $F_{tabel}$  ( $df_1=k-1=3-1=2$ , sedangkan  $df_2= n-k = 120-3=117$ ,  $\alpha = 5\%$ ) adalah sebesar  $3,07$ , berarti diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$   $53,304 > 3,07$  sejalan dengan signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ . Karena nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  dan tingkat signifikansi di bawah  $0,05$  menunjukkan bahwa secara bersama-sama  $X_1$  (kelengkapan produk) dan  $X_2$  (harga) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Berdasarkan hasil uji simultan maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, antara Variabel-variabel bebas yaitu  $X_1$  (kelengkapan produk) dan  $X_2$  (harga) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap Keputusan pembelian ( $Y$ ).

### **Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan pembelian**

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat, karena nilai signifikan sebesar  $0,000$  kecil dari  $0,05$ . Hal ini menggambarkan bahwa semakin meningkat kelengkapan produk maka keputusan pembelian juga akan semakin meningkat. Artinya apabila Toko Elektronik Khiara menyediakan semua produk yang dibutuhkan masyarakat maka keputusan pembelian akan semakin meningkat. Kelengkapan produk yang ada pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat terlihat dari keragaman produk yang dijual karena Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat menjual berbagai macam produk elektronik dan alat kebutuhan sehari-hari. Produk yang dijual juga bervariasi seperti model yang beraneka model dan beraneka merek. Produk yang dijual oleh Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat juga tersedia dengan lengkap sehingga dapat memenuhi semua kebutuhan masyarakat terhadap peralatan elektronik. Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat Tjiptono (2017:21) menyatakan bahwa produk adalah pemahaman subyektif dari produsen atas sesuatu yang bisa ditawarkan sebagai usaha untuk mencapai tujuan organisasi, melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian**

Hasil pengujian pada penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat, karena nilai signifikan sebesar  $0,000$  kecil dari  $0,05$ . Hal ini menggambarkan bahwa meskipun terjadi peningkatan harga untuk peralatan yang dijual oleh Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat namun masyarakat akan tetap melakukan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat karena konsumen lebih memperhatikan kualitas ketimbang harga, karena harga yang ditetapkan Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat masih terjangkau. Harga untuk produk yang dijual oleh Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat sangat terjangkau karena harga elektronik yang dijual lebih murah dari toko lain dan sesuai dengan pendapatan masyarakat. Harga yang ditawarkan oleh Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat sesuai dengan kualitas barang yang dijual dan harga juga sesuai dengan produk pancing yang dijual. Dalam penetapan harga Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat selalu mempertimbangkan kepuasan konsumen karena harga yang ditetapkan dirasa konsumen sesuai dengan manfaat dari peralatan yang dibeli.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat yang disampaikan oleh Kumalasari (2016:37) mendefinisikan harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, unsur lainnya menghasilkan biaya. Sebelum memutuskan untuk melakukan pembelian seorang konsumen akan mempertimbangkan harga terlebih dahulu karena harga merupakan faktor yang sangat penting dalam memutuskan pembelian, tetapi apabila barang yang dijual sesuai dengan harga yang ditetapkan konsumen tidak akan berpikir panjang dan akan langsung membeli barang tersebut.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

1. Kelengkapan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$
3. Kelengkapan produk dan harga berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat hal ini dibuktikan dengan nilai signifikan sebesar  $0,000$  lebih kecil dari  $0,05$ .

**Saran**

1. Kepada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat terus berupaya untuk menambah kelengkapan produk elektronik yang dijualnya agar lebih menarik perhatian dari pelanggan jika pelanggan ingin melakukan pembelian peralatan pancing.
2. Kepada Toko Elektronik Khiara Kecamatan Seluma Barat agar lebih teliti dalam menetapkan harga karena harga mempengaruhi keputusan pembelian.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Batardan. 2013. Hubungan Harga, Kualitas dan Citra Merek (Brand Image) terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer pada PNS di Lingkungan Sekretariat Daerah Kabupaten Kaur. Skripsi. Bengkulu: Universitas Dehasen.
- Daniel & Gates. 2017. Riset Pemasaran Kontemporer. Jakarta: Salemba Empat
- Engel, Blackwell. 2013. Perilaku Konsumen. Jakarta: Binarupa Aksara
- Hair, J. F., Black. W. C., Babin. B. J.. 2016. Multivariate Data Analysis (7th Edition ed.). New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Irawan, J., & Susena, K. C. (2020). THE RELATIONSHIP OF PRODUCT COMPLETENESS AND PRICE WITH PURCHASE DECISION ON MANNA'S NEW HOPE SHOP SOUTH BENGKULU. *JURNAL EMAK*, 1(3), 91-99.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2017. Manajemen Pemasaran 1. Edisi duabelas. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran. edisi Millenium. terjemahan Hendra Teguh. dan Ronny A. Rusli. Jakarta: Prenhallindo
- Kumalasari, A. R. 2016. Pengaruh Desain Produk, Persepsi Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Basket Merek Nike pada 100 Mahasiswa Anggota UKM Bola Basket se-DIY. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri. Yogyakarta
- Nurzam, N., Fauziah, R. S., & Susena, K. C. (2020). PEGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PETANI MEMBELI BIBIT SAWIT DI PT. BIO NUSANTARA TEKNOLOGI BENGKULU. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 79-89.
- Raharjani, J.. 2015. Analisa Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang). Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi. Vol.2 No.1. Januari 2015.
- Sarwono, Jonathan. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Schiffman dan Kanuk. 2013. Perilaku Konsumen. Edisi 7. Jakarta: Indeks
- Simamora, Bilson. 2016. Panduan Riset Dan Perilaku Konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Stanton, William J.. 2017. Prinsip Pemasaran.. Cetakan Ketujuh. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono. 2013. Statistika Untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta
- Sumarwan, Ujang. 2014. Pemasaran Strategik (Prespektif Value-Based Marketing & Pebgukurab Kinerja). Bogor: IPB Pres.
- Susena, K. C., Irwanto, T., & Priandi, E. (2019). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN NASABAH DALAM MEMILIH PEMBIAYAAN GRIYA IB HASANAH DI PT. BANK BNI SYARIAH KANTOR CABANG BENGKULU. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 7(2).
- Suwarman, Ujang. 2016. Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Tjiptono, Fandy. 2017. Strategi Pemasaran . Edisi Kedua. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Christina Widya. 2014. Manajemen Barang Dagang Dalam Bisnis Ritel. Malang: Bayumedia Publishing.
- Windi. 2016. Hubungan Inovasi Produk dengan Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota di Bengkulu. Skripsi. Bengkulu: Universitas Dehasen.