

**ANALISIS FAKTOR HARGA, PRODUK DAN PROMOSI YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN LAYANG-LAYANG HIAS PADA WARUNG SENI  
SENDAREN DI DESA PRAJEGAN KECAMATAN SUKOREJO  
KABUPATEN PONOROGO**



Diajukan untuk memenuhi tugas dan melengkapi sebagian syarat-syarat guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

**Nama : Fitri Mustafidah  
NIM : 09412433  
Program Studi : Manajemen**

**FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2014

## HALAMAN PENGESAHAN

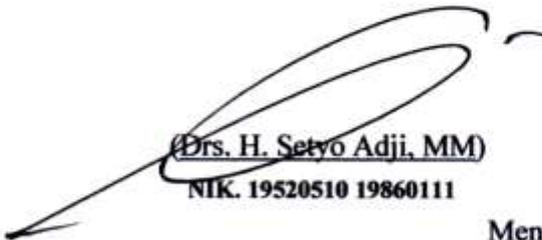
**Judul** : ANALISIS FAKTOR HARGA, PRODUK, DAN PROMOSI YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANG-LAYANG HIAS PADA WARUNG SENI SENDAREN DI DESA PRAJEGAN KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO

**Nama** : FITRI MUSTAFIDAH  
**N I M** : 09412433  
**Program Studi** : Manajemen

Isi dan Format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh Gelar Sarjana Program Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo

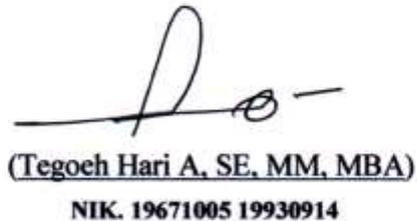
Ponorogo, 25 Februari 2014

Pembimbing I



(Drs. H. Setyo Adji, MM)  
NIK. 19520510 19860111

Pembimbing II



(Tegoeh Hari A, SE, MM, MBA)  
NIK. 19671005 19930914

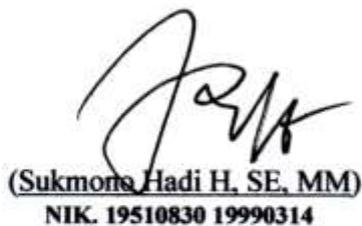
Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi



(Titi Rapini, SE, MM)  
NIK. 19630505 19900111

Dosen Penguji :



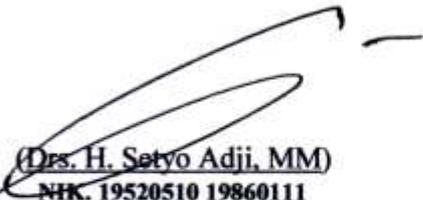
(Sukmono Hadi H, SE, MM)  
NIK. 19510830 19990314

Penguji I



(Dra. Umi Farida, MM)  
NIK. 19610110 19911213

Penguji II



(Drs. H. Setyo Adji, MM)  
NIK. 19520510 19860111

Penguji III

## PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR

### KODE ETIK PENELITIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu Institut Pendidikan, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Ponorogo, 25 Februari 2013



Fitri Mustafidah

09412433

## ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel harga, variabel produk dan variabel promosi terhadap keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren. Sampel pada penelitian ini berjumlah 50 orang Responden, yaitu konsumen Layang-Layang Hias yang melakukan pembelian di Warung Seni Sendaren. Responden diperoleh melalui teknik *accidental sampling*, yaitu responden dipilih berdasarkan secara kebetulan melakukan pembelian.

Dengan menggunakan regresi linier berganda melalui perangkat lunak SPSS *for Windows versi 16*, dapat disampaikan bahwa besarnya nilai variabel harga (X1) sebesar -0.336, variabel produk (X2) sebesar 0,315 dan variabel promosi (X3) sebesar 0,265, dimana dalam masing-masing variabel tersebut dalam keadaan konstan.

Dari analisis korelasi diperoleh besarnya nilai korelasi secara kumulatif atau korelasi secara bersama-sama antara variabel independen secara keseluruhan terhadap variabel dependen diperoleh sebesar ( $R^2$ ) 0,243. Sehingga dapat disampaikan keterangan yang berkaitan dengan korelasi atau hubungan antara variabel independen (yaitu variabel X<sub>1</sub>, variabel X<sub>2</sub>, dan variabel X<sub>3</sub>) terhadap variabel dependen (variabel Y) yaitu sebesar 0,243.

Dari analisis uji hipotesis diperoleh: 1) Hasil analisis dengan T test yaitu untuk variabel X<sub>1</sub> adalah sebesar -2,136, untuk variabel X<sub>2</sub> diperoleh sebesar 2,446 dan untuk variabel X<sub>3</sub> diperoleh sebesar 2,482. Kemudian untuk nilai t tabel diketahui 2,012. Kemudian hasil analisis dengan menggunakan F test diperoleh hasil sebesar 4,917, dimana dari data F tabel diketahui sebesar 2,802. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa F test > F tabel, yang berarti variabel dependen secara bersama berpengaruh terhadap perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Layang-Layang Hias.

Kunci : Harga, Produk, Promosi dan Keputusan Pembelian.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan karyaku (skripsi) ini untuk :

- \* *Bapak dan Ibu tercinta*, terima kasih telah senantiasa selalu memberikan untaian do'a untukku dan untuk kelancaran studiku.
- \* *Suamiku tercinta*, yang selalu setia, dan sabar dalam menemani dan membantu untuk kelancaran studiku.
- \* Anakku *Angger Alwy Putra Rafi*, yang selalu menjadi penyemangat dalam tugas akhirku



- \* Teman-teman Manajemen yang penuh semangat dan keceriaan, terimakasih banyak tanpa kalian aku takkan bisa seperti ini.
- \* Almamaterku tercinta

### *Motto*

\* Berdo'a tanpa usaha ndomblong,,

Berusaha tanpa do'a sombong,,

\* Apapun yang dikerjakan dengan serius,  
Akan menjadi keahlian yang menjadikan kita,  
Diminta,ditunggu, diutamakan,dihargai tinggi,  
dan di hormati

\* Tersenyumlah di hadapan hinaan.  
Orang yang menghina Orang sabar  
adalah orang hina yang sesungguhnya.

\* Sudahlah.  
Kemarahanmu tak akan memperbaiki hidupmu.  
Senyumlah, dan lakukanlah yang lebih baik.  
Bahagiakanlah dirimu.



## KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan segala rasa puja dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, yang telah memberikan rahmat, taufik, dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul : “ANALISIS FAKTOR HARGA, PRODUK DAN PROMOSI YANG MEMEPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANG-LAYANG HIAS PADA WARUNG SENI SENDAREN DI DESA PRAJEGAN KECAMATAN SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO” yang mana merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Dalam penyusunan Skripsi ini, telah banyak bantuan yang di terima baik secara langsung maupun tidak langsung dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu **Titi Rapini, SE, MM** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak **Drs. H. Setyo Adji, MM**, selaku Dosen Pembimbing I dalam penyusunan skripsi ini yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam rangka penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak **Tegoeh Hari A, SE, MM, MBA**, selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan arahan dan bimbingan dalam rangka penulisan skripsi ini.

4. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Ponorogo yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis duduk dibangku kuliah.
5. Pemimpin dan karyawan Warung Seni Sendaren Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Ponorogo yang telah memberi izin penelitian dan sekaligus telah banyak membantu kelancaran kegiatan penelitian ini.
6. Semua pihak yang tidak dapat disebut satu persatu, yang juga telah banyak memberikan bantuan dalam bentuk moril maupun materiil sampai terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Dalam hal ini penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangannya, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati penulis selalu mengharap kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini sekaligus menjadi bekal dalam penyusunan-penyusunan selanjutnya.

Harapan penulis semoga skripsi ini bisa memberi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca pada umumnya.

Ponorogo, 25 Februari 2014

Penulis,

Fitri Mustafidah

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
PERNYATAAN TIDAK MELANGGAR KODE ETIK PENELITIAN ...	iii
ABSTRAK .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
<b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Perumusan Masalah .....	5
1.3. Batasan masalah .....	6
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	6
1.4.1. Tujuan Penelitian .....	6
1.4.2. Manfaat Penelitia .....	7
<b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Landasan Teori .....	9

2.1.1.	Pengertian Perilaku Konsumen .....	9
2.1.2.	Pengertian Pemasaran .....	11
2.1.3.	Bauran Pemasaran .....	12
2.1.4.	Pengertian Harga .....	14
2.1.5.	Pengertian Produk .....	15
2.1.6.	Pengertian Promosi.....	16
2.1.7.	Keputusan Pembelian .....	18
2.2.	Kerangka Pemikiran .....	25
2.3.	Hipotesis .....	26
<b>BAB III</b>	<b>: METODE PENELITIAN</b>	
3.1.	Ruang Lingkup Penelitian .....	27
3.1.1.	Lokasi Penelitian .....	27
3.1.2.	Sifat Penelitian .....	27
3.2.	Populasi dan Sampel .....	28
3.2.1.	Populasi .....	28
3.2.2.	Sampel .....	28
3.3.	Metode Pengambilan Data .....	29
3.4.	Definisi Operasional .....	30

3.5.	Uji Alat Ukur .....	32
3.5.1.	Uji Validitas .....	32
3.5.2.	Uji Reliabilitas .....	34
3.6.	Teknik Analisis Data .....	35
3.6.1.	Analisis Regresi Linier Berganda .....	35
3.6.2.	Analisa Korelasi Determinasi .....	36
3.6.3.	Pengujian Hipotesis .....	37
3.6.3.1.	Uji T (Parsial) .....	37
3.6.3.2.	Uji F .....	38
<b>BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN</b>		
4.1.	Gambaran Umum .....	40
4.1.1.	Gambaran Umum Pengrajin .....	40
4.1.2.	Gambaran Umum Produk Pengrajin .....	42
4.1.3.	Gambaran Pesaing Produk .....	43
4.2.	Gambaran Umum Responden .....	44
4.2.1.	Pengelompokan responden berdasarkan usia .....	44
4.2.2.	Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin .....	45

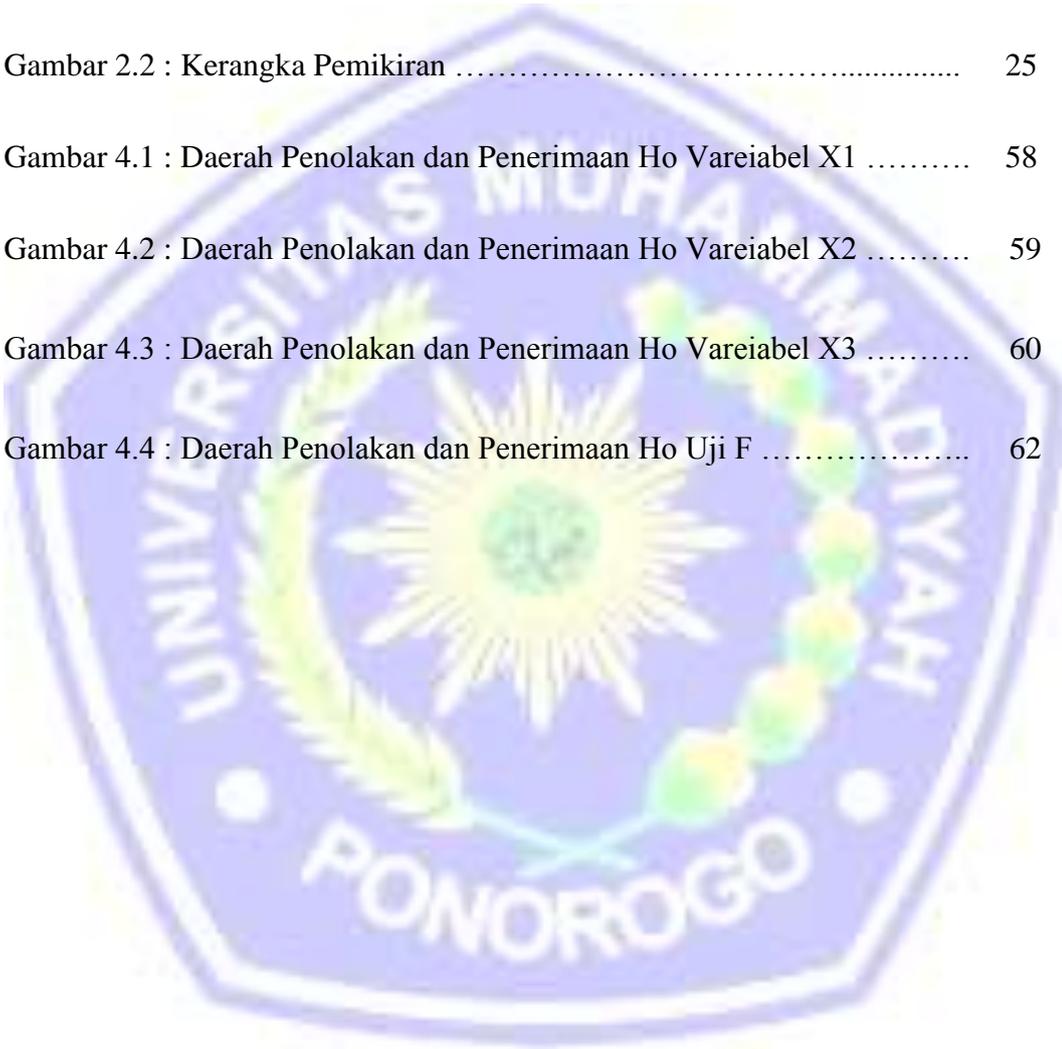
4.2.3. Pengelompokan responden berdasarkan	
pekerjaan dan pendapatan .....	46
4.3. Analisis Data .....	47
4.3.1. Uji Validitas Data .....	47
4.3.2. Uji Reliabilitas Data .....	48
4.3.3. Analisis Regresi Linier Berganda .....	50
4.3.4. Analisis Korelasi Determinasi .....	55
4.4. Pengujian Hipotesis .....	56
4.4.1. Pengujian Hipotesis dengan Uji t .....	56
4.4.2. Pengujian Hipotesis dengan Uji f .....	61
<b>BAB V : PENUTUP</b>	
5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Saran-saran .....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	
<b>LAMPIRAN – LAMPIRAN .....</b>	

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 : Pengelompokan responden berdasarkan usia .....	44
Tabel 4.2 : Pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin .....	45
Tabel 4.3 : Pengelompokan responden berdasarkan pekerjaan dan pendapatan .....	46
Tabel 4.4 : Hasil Uji Validitas .....	48
Tabel 4.5 : Hasil Uji Reliabilitas .....	49
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian.....	50
Tabel 4.7 : Data Hasil Analisis Data Statistik .....	53
Tabel 4.8 : Hasil Uji T .....	57
Tabel 4.9 : Hasil Uji F .....	61

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Lima Tahap Dalam Proses Keputusan Pembelian .....	19
Gambar 2.2 : Kerangka Pemikiran .....	25
Gambar 4.1 : Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Vareibel X1 .....	58
Gambar 4.2 : Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Vareibel X2 .....	59
Gambar 4.3 : Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Vareibel X3 .....	60
Gambar 4.4 : Daerah Penolakan dan Penerimaan Ho Uji F .....	62



## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran I : Kuisisioner
- Lampiran II : Data Responden Penelitian
- Lampiran III : Tabel F
- Lampiran IV : Tabel T
- Lampiran V : Tabel R
- Lampiran VI : Regretion
- Lampiran VII : Uji Validitas
- Lampiran VIII : Uji Reliabilitas
- Lampiran IX : Berita Acara Skripsi
- Lampiran X : Surat Izin Melakukan Penelitian
- Lampiran XI : Surat Keterangan Melakukan Penelitian
- Lampiran XII : Dokumentasi Penelitian

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Layang-layang merupakan permainan tradisional dan dimainkan disaat musim kemarau tiba. Layang-layang diketahui juga memiliki fungsi ritual, alat bantu memancing atau menjerat, menjadi alat bantu penelitian ilmiah, serta media energi alternatif. Catatan pertama yang menyebutkan permainan layang-layang adalah dokumen dari Cina sekitar 2500 Sebelum Masehi. Penemuan sebuah lukisan gua di Pulau Muna, Sulawesi Tenggara, pada awal abad ke-21 yang memberikan kesan orang bermain layang-layang menimbulkan spekulasi mengenai tradisi yang berumur lebih dari itu di kawasan Nusantara dan masih terbuat dari lembaran berbahan tipis berkerangka yang diterbangkan ke udara dan terhubung dengan tali atau benang ke daratan oleh pengendali. Tentu semua tau tentang permainan satu ini , bukan hanya anak-anak yang gemar memainkannya, orang dewasa pun sangat menyukainya. Tak heran sering diadakan festival layang-layang diberbagai daerah.

Dengan demikian muncul layang-layang hias, karena berkembangnya zaman layang-layang hias mulai muncul dengan berbagai variasi model, warna serta ukuran sehingga membuat konsumen untuk mempertimbangkan keputusan untuk membeli.

Melihat kondisi tersebut mengharuskan pengusaha semakin dituntut untuk mempunyai strategi yang tepat untuk menambah volume penjualan. Mengingat teknologi yang semakin canggih, manusia dituntut dengan cepat dan tepat untuk menguasai agar tidak kalah bersaing. Menurut Kotler (2002:34), dalam meningkatkan persaingan masing-masing perusahaan harus dapat memenangkan persaingan tersebut dengan menampilkan produk yang terbaik dan dapat memenuhi selera konsumen yang selalu berkembang dan berubah-ubah.

Oleh sebab itu pemasaran merupakan salah satu kegiatan yang dilakukan dalam menghadapi persaingan, perkembangan usaha dan untuk mendapatkan laba, sehingga perusahaan dapat mengembangkan produknya, menetapkan harga dan mendistribusikan barang atau produk dengan efektif.

Harga yang kompetitif akan mempengaruhi konsumen untuk memilih produk tersebut dibandingkan produk yang ada di pasaran lainnya. Hal itu mengingat harga produk akan sangat berkaitan erat dengan kemampuan dan daya beli konsumen. Oleh karena itu harga dalam strategi pemasaran produk akan menjadi perhatian yang serius, dan tidak secara sembarangan menentukan kebijakan harga produk. Apabila harga di tetapkan kurang matang akibatnya akan dapat berakibat pada hambatan pemasaran produk tersebut, mengingat daya beli masyarakat yang sudah berjalan di pasaran tentu akan lebih memilih produk-produk yang harganya benar-benar kompetitif.

Sedangkan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Apabila suatu produk akan dikeluarkan dipasaran maka sebaiknya perusahaan harus mengeluarkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Sehingga dengan begitu menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk sebelum mengambil keputusan untuk membeli suatu produk yang ditawarkan di pasaran. Oleh karena itu upaya perusahaan dalam menawarkan produk ke konsumen adalah dengan jalan melakukan distribusi dengan maksimal dan benar-benar didekatkan dengan konsumennya. Dengan demikian pendistribusian yang baik akan benar-benar mampu meningkatkan penjualan produk perusahaan, sekaligus akan lebih menguntungkan perusahaan dimasa-masa yang akan datang.

Promosi mempunyai pengaruh terhadap penjualan produk, khususnya pada layang-layang hias. Perusahaan memiliki langkah untuk lebih memaksimalkan penjualan produk layang-layang hiasnya, mengikuti festival-festival dan mengikuti pameran adalah salah satu jalan yang sangat membantu penjualan produk layang-layang hias tersebut.

Kegiatan konsumen untuk menentukan pilihan dan menuju pada pengambilan keputusan membeli adalah merupakan suatu bentuk perilaku konsumen, yang mana dalam kegiatan tersebut konsumen melakukan

kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam upaya mendapatkan dan menggunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk di dalamnya sampai pada persiapan dalam langkah-langkah penentuan proses pengambilan keputusan. Sehingga didalam langkah tersebut konsumen akan menghadapi berbagai permasalahan yang cukup kompleks, mulai dari jenis barang yang ada, kegunaan barang, kepentingan dari barang yang dibutuhkan, sifat barang, dan lain-lain.

Berkaitan dengan hal tersebut tentu konsumen akan mempunyai pertimbangan mengenai harga, produk dan promosi barang tersebut ketangan konsumen. Sehingga dalam upaya memenuhi kebutuhan atau keinginan, konsumen menggunakan daya nalarnya untuk menentukan sikap dan mengambil keputusan membeli atau mengambil sikap pembatalan tidak jadi membeli. Penentuan sikap ini penting bagi penjual karena akan memberi jaminan kelangsungan hidup bagi perusahaan dan dirinya. Kemudian sebagai pembeli keputusan ini sangat penting karena dapat memenuhi kebutuhan ataupun keinginan konsumen.

Sehubungan dengan uraian tersebut diatas pada kesempatan ini penulis mengambil sebuah judul :

**ANALISI FAKTOR HARGA, PRODUK DAN PROMOSI YANG  
MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANG - LAYANG HIAS PADA  
WARUNG SENI SENDAREN DI DESA PRAJEGAN KECAMATAN  
SUKOREJO KABUPATEN PONOROGO.**

## 1.2. Perumusan Masalah

Rumusan adalah merupakan arah pembahasan dalam penelitian ini, sehingga permasalahan yang dihadapi dapat diperjelas dengan rumusan masalah ini. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

- a. Apakah variabel harga, produk dan promosi secara parsial mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo ?
- b. Apakah variabel harga, produk dan promosi secara simultan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo ?
- c. Dari variabel-variabel harga, produk dan promosi, variabel manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo ?

### **1.3. Batasan Masalah**

Batasan masalah adalah merupakan pembatas dalam pembahasan dalam penelitian, agar tidak menyimpang dari permasalahan yang telah disampaikan dalam rumusan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

Hanya akan melakukan penelitian tentang pengaruh harga, produk dan promosi terhadap keputusan pembelian layang-layang hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

### **1.4. Tujuan Dan Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui apakah variabel harga, produk dan promosi secara parsial mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.
- b. Untuk mengetahui apakah variabel harga, produk dan promosi secara simultan mempengaruhi perilaku konsumen dalam keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

- c. Untuk mengetahui variabel manakah diantara harga, produk dan promosi yang paling dominan pengaruhnya terhadap perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian Layang-Layang Hias pada Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

#### **1.4.2. Manfaat Penelitian**

##### **a. Bagi Mahasiswa**

- 1) Sebagai salah satu wahana melatih kemampuan ilmiah mahasiswa serta sebagai syarat menyelesaikan pendidikan.
- 2) Sebagai suatu penerapan ilmu yang pernah diterima dibangku kuliah kemudian diwujudkan di lapangan baik dalam bentuk laporan lisan maupun tulisan, sebagai suatu laporan akhir.
- 3) Dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas setelah melakukan penelitian di Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo.

##### **b. Bagi Perusahaan**

Digunakan sebagai bahan informasi dan membantu pihak perusahaan untuk mengetahui apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian layang-layang di Warung Seni Sendaren di Desa Prajegan Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo sehingga

pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi kepustakaan dan sebagai perbendaharaan literature terutama dalam pembahasan tentang perilaku konsumen.

d. Bagi Penelitian yang Akan Datang

- 1) Bisa sebagai bahan referensi atau pertimbangan peneliti yang lain khususnya dalam pembahasan yang sama.
- 2) Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan baru bagi mahasiswa dimasa yang akan datang.

