

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL HONDA MOBILIO DI PT. ISTANA DELI KEJAYAAN MEDAN**¹ Ade Irma Widya, ² Elizabeth Haloho, ³ Hilda Syaf'aini Harefa****, ^{1,3}Universitas Sari Mutiara Indonesia, ²Universitas Katolik Santo Thomas Medan****Email :adeirmawidya99@gmail.com****ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian, mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian, serta untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh simultan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian mobil Honda Mobilio tahun 2019-2020 sebanyak 159 orang. Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah non-probability sampling, teknik purposive sampling, yang memiliki kriteria tertentu. Sampel diambil dan dihitung, dengan diketahui jumlah 62 responden. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, nilai probabilitas t hitung sebesar 3,589, sedangkan t tabel $N = 62$ pada taraf signifikansi 5% sebesar 0,2500, maka t hitung $> t$ tabel ($3.589 > 0.2500$) maka H_a diterima, H_0 ditolak. (2) terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel harga dengan keputusan pembelian, nilai probabilitas t hitung sebesar 3,809, sedangkan $N = 62$ pada taraf signifikansi 5% sebesar 0,2500, sehingga t hitung $> t$ tabel ($3.809 > 0.2500$), maka H_a diterima dan H_0 ditolak, (3) terdapat hubungan positif dan signifikan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dimana nilai f hitung sebesar 21,322, sedangkan $N = 62$ pada taraf signifikansi 5% dari 3,153 maka f hitung $> f$ tabel ($21,322 > 3,153$) maka dinyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian**PENDAHULUAN****Latar Belakang Masalah**

Di era globalisasi saat ini, Honda merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang otomotif dengan sejarah perjalanan yang sangat panjang dan penuh inovatif dalam setiap perkembangannya. Pada tahun 2013, diluncurkan kendaraan roda empat dengan merek Honda Mobilio untuk mencoba peruntungan di salah satu pangsa pasar otomotif terbesar di Tanah Air, yakni *LowMulti Purpose Vehicle* (LMPV) dengan desain yang lebih segar dan *sporty*. Di tahun pertama peluncurannya, Mobilio langsung menjadi tulang punggung bagi Honda dan penjualannya melampaui produk sebelumnya.

Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diteliti dalam karya ilmiah ini antara lain :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan?
3. Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan?

Tujuan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah diantaranya :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil Honda Mobilio di PT. Istana Deli Kejayaan Medan.

Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan baik dari pihak peneliti, akademik, maupun perusahaan :

1. Bagi Peneliti
Dapat menambah wawasan serta ilmu yang bermanfaat agar bisa diimplementasikan dalam kehidupan sehari-hari apabila ingin membeli suatu produk maka harus mengetahui kualitas produk sebelum melakukan keputusan pembelian.
2. Bagi Akademik
Penelitian ini sebagai implementasi dari fungsi Universitas, dan diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan kajian dan bahan bacaan yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi dunia pendidikan khususnya pada Program Studi Manajemen Universitas Sari Mutiara Indonesia.
3. Bagi Perusahaan
Diharapkan setelah dilakukannya penelitian ini, PT. Istana Deli Kejayaan Medan dapat menjadikan penelitian ini sebagai acuan untuk memperbaiki kualitas produknya sebelum meluncurkan produk terbarunya agar tidak mengecewakan konsumen.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2015:253) kualitas produk merupakan karakteristik dari produk atau layanan yang didasarkan pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tersurat maupun tersirat. Produk yang mempunyai kualitas merupakan produk yang mampu memberikan hasil lebih dari yang diharapkan.

Harga

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2020:443) harga merupakan unsur bauran pemasaran yang mendatangkan pemasukan bagi perusahaan. Harga berperan sebagai aspek yang paling terlihat bagi para pembeli karena sebagian konsumen menggunakan harga sebagai indikator kualitas.

Keputusan Pembelian

Menurut Assauri (2015:139) keputusan pembelian yang dilakukan oleh calon konsumen dapat dipengaruhi oleh kebiasaan. Dalam kebiasaan melakukan keputusan pembelian mencakup kapan waktunya pembelian akan dilakukan dalam jumlah berapa pembelian tersebut dilaksanakan dan dimana pembelian tersebut dilakukan.

Hipotesis

Dapat disimpulkan rumusan masalah atau dugaan sementara yang dapat diambil sebagai hipotesis sebagai berikut :

H¹ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H² : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

H³ : Kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

METODOLOGI PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di PT. Istana Deli Kejayaan Medan Jl. Sei Batang Hari No. 22-24, Babura Sunggal, Kec. Medan Sunggal, Kota Medan, Sumatera Utara 20121. Waktu penelitian dilaksanakan pada bulan Maret s/d Agustus tahun 2021.

Populasi

Menurut Sugiyono (2017:80) populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan yang melakukan pembelian produk mobil Honda Mobilio tahun 2019-2020 di PT. Istana Deli Kejayaan Medan sebesar 159 orang.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017:137) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Pengukuran sampel merupakan suatu langkah untuk menentukan besarnya sampel yang diambil dalam melakukan penelitian. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling* teknik *Purposive Sampling* dengan kriteria yang ditentukan. Dalam penentuan besar sampel, peneliti menggunakan tingkat atau taraf kesalahan 10%. Rumus yang digunakan peneliti untuk menentukan sampel yaitu menggunakan rumus *slovin* :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf Kesalahan (*StandartError* 10%)

Populasi yang diketahui jumlahnya cukup besar, maka peneliti akan menggunakan tingkat kesalahan yaitu 10%. Hal ini dikarenakan keterbatasan dari segi sumber dana, waktu dan tenaga yang tersedia. Maka sampel dalam penelitian ini adalah 62 orang.

Defenisi Operasional Variabel

Tabel 1 Defenisi Operasional Variabel

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Produk (X ₁)	Karakteristik produk atau layanan kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan yang tersurat maupun tersirat.	1. Kinerja 2. Keandalan 3. Fitur 4. Daya tahan 5. Konsisten 6. Desain	<i>Likert</i>
Harga (X ₂)	Sejumlah nilai yang ditukarkan dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual	1. Keterjangkauan Harga Produk. 2. Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk. 3. Daya Saing Harga Produk. 4. Kesesuaian Harga Dengan Manfaat Produk.	<i>Likert</i>
Keputusan Pembelian (Y)	Komponen dari perilaku konsumen, yang mana perilaku konsumen merupakan studi	1. Pilihan Produk 2. Pilihan Merek 3. Pilihan Penyalur 4. Waktu Pembelian	<i>Likert</i>

Variabel	Defenisi Variabel	Indikator	Skala
	mengenai seperti apa seseorang maupun kelompok dalam menentukan, membeli	5. Jumlah Pembelian 6. Metode Pembayaran	

Jenis dan Sumber Data Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif pendekatan deskriptif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara random dan pengumpulan data menggunakan *instrument* penelitian. Analisis data yang menggunakan metode kuantitatif/statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pada penelitian ini terdapat dua variabel yang berhubungan yakni X_1 (kualitas produk), X_2 (harga), dan Y (keputusan pembelian).

Teknik Pengumpulan Data

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara dan kuesioner.

METODE PENELITIAN

Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

1. Uji Instrumen yang terdiri dari Uji Validitas dan Uji Reliabilitas
2. Uji Asumsi Klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas dan Uji Multikolinieritas.
3. Uji Analisis Regresi Linier Berganda
4. Uji Hipotesis yang terdiri dari Uji Parsial (uji t) dan Uji Simultan (uji F)
5. Uji Koefisien Determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Uji Validitas

Adapun hasil pengujian untuk semua kuesioner yang digunakan menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Adapun hasil reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.778	32

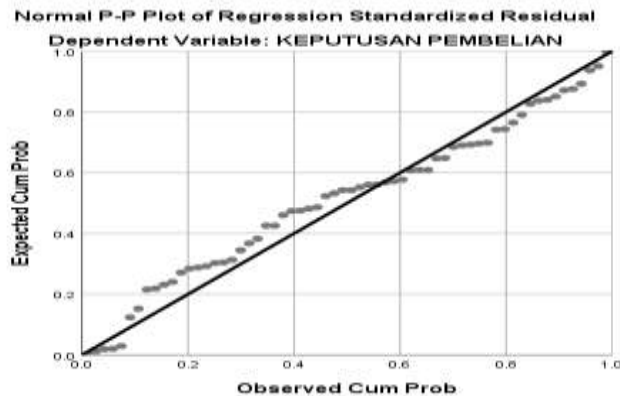
Menunjukkan bahwa nilai dari *Cronbach's Alpha* nilainya $0,778 > 0,60$, yang artinya nilainya diatas 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kuesioner tersebut reliabel dan dapat dibagikan kepada responden untuk dijadikan sebagai instrument dari penelitian ini.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas ini menggunakan pendekatan *kolmogrov-smirnov* dan pendekatan grafik dengan uji *P-Plot* untuk mengetahui adakah data yang berdistribusi secara normal ataupun tidak. Dengan menggunakan signifikan 5% atau 0,05 maka nilai dari *Asymp, sig (2-tailed)* diatas

signifikan 5% artinya variabel residual berdistribusi secara normal dengan tampak gambar berikut :



Gambar 1 Hasil Uji Normalitas Grafik P-P-Plot

Menunjukkan bahwa *P-Plot* antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang di dapat dari sampel (sumbu y) dan keduanya berbentuk linear (dapat didekati garis lurus).Maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar dengan normal dan titik-titik yang berada pada sepanjang garis diagonal telah membentuk garis simetris kiri dan kanan normal.

Uji Multikolinieritas

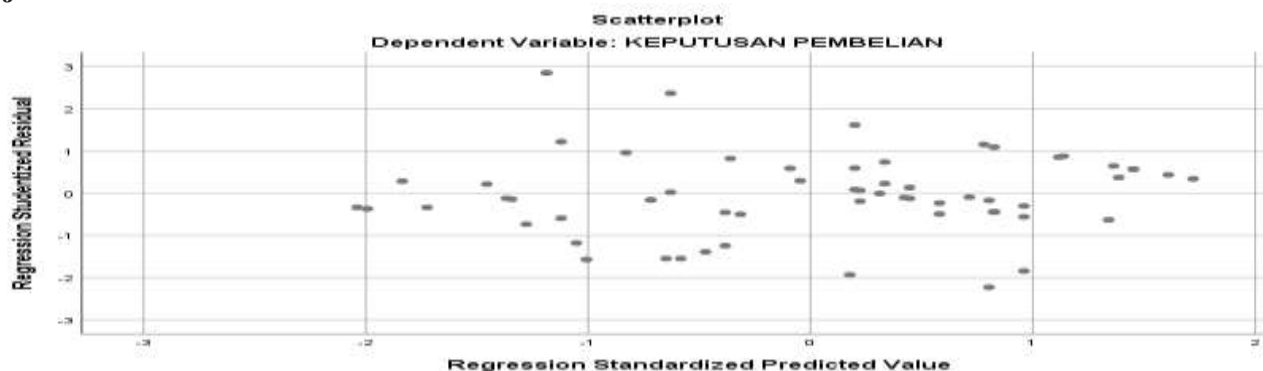
**Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.398	7.794		.308	.759		
KUALITAS	.445	.124	.381	3.589	.001	.872	1.147
PRODUK							
HARGA	.814	.214	.405	3.809	.000	.872	1.147

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Tabel diatas telah dilihat uji multikolinearitas dengan melihat nilai *tolerance* dan *Variabel Inflation Factor* (VIF). Nilai untuk variabel kualitas produk (X_1) = 0,381 sementara untuk harga (X_2) = 0,405. Sedangkan VIF untuk kualitas produk (X_1) = 1,147 sementara untuk harga (X_2) = 1,147

Uji Heterokedastisitas



Gambar 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Grafik Scatterplot

Terlihat dari grafik *scatter plot* menunjukkan bahwa titik-titik tersebut memiliki hubungan yang positif (korelasi positif) yang artinya adalah variabel *independent* berpengaruh positif terhadap suatu variabel *dependent*.Grafik *normal probability plot* menunjukkan penyebaran data searah mengikuti garis diagonal.Hal ini menunjukkan bahwa data penelitian tersebut berdistribusi dengan

normal.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 3 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.398	7.794		.308	.759		
	KUALITAS PRODUK	.445	.124	.381	3.589	.001	.872	1.147
	HARGA	.814	.214	.405	3.809	.000	.872	1.147

B

erdas arkan hasil pengolahan data diatas terlihat bahwa model regresi untuk persamaan yang terlihat dikolom kedua *Unstandardized Coefficients* bagian B diperoleh nilai b_1 variabel kualitas produk sebesar 0,445, dan b_2 variabel harga sebesar 0,814, sedangkan konstanta (a) adalah 2,398, maka diperoleh model dari persamaan hasil regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 2,398 + 0,445 X_1 + 0,814 X_2 + e$$

Berdasarkan persamaan dari analisis regresi linear berganda ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (a) yang bernilai positif (2,398) menunjukkan pengaruh positif dari variabel *independent* (kualitas produk dan harga). Apabila variabel *independent* meningkat atau disebut berpengaruh dalam satu kesatuan, maka variabel *dependent* (keputusan pembelian) akan meningkat atau terpenuhi.
2. Koefisien dari b_1 regresi variabel kualitas produk = 0,445 terhadap variabel keputusan pembelian bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika terdapat perubahan atau peningkatan pada variabel kualitas produk (X_1) dan variabel lainnya tetap, maka variabel keputusan pembelian mengalami peningkatan dan akan mengalami perubahan yang searah.
3. Koefisien dari b_2 regresi variabel harga = 0,814 terhadap keputusan pembelian bernilai positif, hal ini menunjukkan bahwa jika terdapat perubahan pada peningkatan variabel harga (X_2) dan variabel lainnya tetap, maka variabel keputusan pembelian akan mengalami peningkatan dan mengalami perubahan yang searah.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 4 Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.398	7.794		.308	.759
	KUALITAS PRODUK	.445	.124	.381	3.589	.001
	HARGA	.814	.214	.405	3.809	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dapat disimpulkan sebagai berikut :Variabel kualitas produk (X_1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) maka H_a diterima H_0 ditolak. Hal ini dapat dilihat dari nilai t_{hitung} (3,589) > t_{tabel} (0,2500) dan nilai signifikannya $0,001 < 0,05$. Sedangkan untuk variabel harga (X_2) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y), maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini dapat terlihat dari t_{hitung} (3,809) > t_{tabel} (0,2500) dan nilai signifikannya adalah $0,000 < 0,05$.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 5 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	669.158	2	334.579	21.322	.000 ^b
	Residual	925.826	59	15.692		
	Total	1594.984	61			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Dapat disimpulkan bahwa nilai f_{hitung} adalah sebesar 21,322 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan nilai f_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% (0,05) adalah 3,153. Maka dapat disimpulkan $f_{hitung}(21,322) > f_{tabel}(3,153)$ dan tingkat signifikasinya adalah $0,000 > 0,05$. Hal ini menyatakan bahwa hasil penelitian dengan kata lain H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Istana Deli Kejayaan Medan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana proporsi dari variabel *independent* dapat menjelaskan dengan baik variabel *dependent*. Sedangkan nilai *R square* (R^2) atau nilai koefisien determinasi pada intinya mengukur sejauh mana kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel *dependent*. Berdasarkan pengolahan data pada aplikasi SPSS versi 25, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.661	2.010
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

Berdasarkan *output* diatas, telah diketahui nilai *R square* sebesar 0,672 yang berarti 67,2% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel kualitas produk dan variabel harga, sedangkan sisanya sebesar 32,8% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini mengartikan bahwa pengaruh variabel X_1 dan X_2 secara simultan berpengaruh terhadap variabel Y sebesar 67,2%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan analisis data yang dilakukan dengan bantuan program aplikasi SPSS versi 25, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di PT. Istana Deli Kejayaan Medan. Penetapan kebijakan dalam membuat suatu produk dengan selalu mengutamakan kualitas dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel kualitas produk (X_1) sebesar $3,589 > 0,2500$ dengan nilai signifikan sebesar 0,001. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Heru Novianady (2016), hasil analisis menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di PT. Istana Deli Kejayaan Medan. Apabila harga yang diberikan sangat baik dan sesuai dengan kualitas produk yang



diberikan maka akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ sehingga variabel harga (X_2) sebesar 3,809 > 0,2500 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi dan Henny Taroreh bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Kualitas produk dan harga bersama-sama mempengaruhi keputusan pembelian di PT. Istana Deli Kejayaan Medan. Dengan $f_{hitung} (21,322) > f_{tabel} (3,153)$ dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Dedy Prasetyo dan Widiartanto (2019) menunjukkan bahwa hasil kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Saran

1. Kualitas produk yang diterapkan oleh pihak PT. Honda Prospect Motor Jakarta sudah sangat baik dan dapat menarik keputusan pembelian konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus lebih diperhatikan serta ditingkatkannya kualitas produk dari Honda Mobilio tersebut agar masyarakat semakin percaya dan tidak menyesal dengan produk yang akan dikonsumsi. Dengan demikian keputusan pembelian pada mobil tersebut akan semakin meningkat di *dealer* PT. Istana Deli Kejayaan.
2. Harga yang diterapkan oleh pihak PT. Honda Prospect Motor Jakarta sudah sangat baik, namun ada beberapa yang harus diperhatikan seperti penetapan harga. Sebaiknya harga yang diberikan untuk produk Honda Mobilio yang ditawarkan harus sesuai dengan kualitas yang diberikan pada Mobilio tersebut. Dikarenakan banyak pesaing Mobilio menawarkan kualitas produk dan spesifikasi yang jauh lebih baik dengan harga yang lebih murah dan terjangkau dibandingkan Mobilio. Maka hal ini harus dapat dipertimbangkan oleh *dealer* PT. Istana Deli Kejayaan Medan dan pemegang mobil Honda PT. Honda Prospect Motor Jakarta.
3. Pihak perusahaan *dealer* PT. Istana Deli Kejayaan Medan juga diharapkan agar dapat memberikan masukan kepada manajemennya PT. Honda Prospect Motor Jakarta yang harus mampu melihat permintaan pasar pada era saat ini, agar kualitas produk dan harga suatu produk dapat dicapai oleh masyarakat dan juga terus menerus harus melakukan koreksi pada produknya untuk memenangkan persaingan pasar dalam bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Deasy F. Winata, Dolina L. Tampi, Joanne V. Mangindaan, 2020, *Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Xpander*. *Jurnal Productivity Vol.1 No.5 2020*, E-issn : 2723-0112.
- Dedy Prasetyo, Widiartanto, 2019, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Toyota Avanza Pada PT. Nasmoco Gombel Semarang*. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.9, No.4*.
- Friani Gloria Igir, Jhony R. E. Tampi, Henny Taroreh, 2018, *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up Pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Malalayang*. *Jurnal Administrasi Bisnis Vol.6, No.2 Desember 2018*.
- Frisna D. Tumembouw, Silvya L. Mandey, Sjendry Loindong, 2019, *Analisis Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Agya Di Manado*. *Jurnal Emba Vol.7, No.1 Januari 2019*, Issn : 2303-1174.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 23*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Halimah Nur Alifa. Dr. Ir. Harrie Lutfie S.E., M.M, 2018, *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kaos Kaki Pada PT. Soka Cipta Naga*. *Jurnal E-Proceeding of Applied Science : Vol.4. No.2 Agustus 2018*, Issn : 2442-5826.
- Heru Noviandy, 2016, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

- Produk Honda Brio Pada PT. Istana Deli Kejayaan Medan*". Skripsi, Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi 9. Jakarta: PT Indeks Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.
- M. Firmansyah, Anang. 2018. *Perilaku Konsumen*. Surabaya: Deepublish, CV.
- Mahathir Mohamad, 2014, "Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero Di Kota Makassar". Skripsi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar.
- Moladin, (n.d). *Sejarah Honda Mobilio Diakses pada 30 Agustus 2021 dari <https://moladin.com/blog/sejarah-honda-mobilio/>*
- Roos Kitties, Ristiyanti, dkk. 2019. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta: Andi, CV.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi CV.
- Sopiah dan Etta Mamang Sangadji. 2016. *Salesmanship*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi, CV.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta, CV
- Tjiptono Fandy dan Chandra Gregorius. 2020. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Venia Afrilia Sari, 2017, *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro "Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang"*
- Wikipedia, (n.d). *Honda Diakses pada 01 Mei 2021 dari <https://id.m.wikipedia.org/wiki/Honda>*