

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL BANDOL MEREK  
“LIBERTY” DI BANARAN PASIR KIDUL PURWOKERTO**



**SKRIPSI**

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

Oleh:

**SASKIA NUR KHOLIFAH**  
**NIM.1223205022**

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
PURWOKERTO**

**2019**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>x iii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xx</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1

B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	9
D. Sistematika Pembahasan .....	11

## **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Kerangka Teori.....	13
B. Kerangka Pemikiran.....	36
C. Rumusan Hipotesis.....	40

## **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Jenis Penelitian.....	41
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	41
C. Sumber Data Penelitian.....	42
D. Populasi dan Sampel .....	42
E. Variabel dan Indikator Penelitian.....	44
F. Pengumpulan Data Penelitian .....	45
G. Analisis Data Penelitian .....	48

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

A. Gambaran Umum	
1. Sejarah Berdirinya Home Industri .....	53
2. Profil Perusahaan .....	54
3. Pengaruh Konsumen tentang Harga dan Kualitas produk .....	55

B. Karakteristik Responden.....	56
C. Uji validitas dan Reliabilitas.....	60
1. Uji Validitas .....	60
2. Uji Reliabilitas .....	64
D. Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
E. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	66
F. Pengujian Hipotesis.....	68
G. Pembahasan.....	70
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan .....	74
B. Saran-Saran .....	75
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

**IAIN PURWOKERTO**

# BAB I PENDAHULUAN

## A. Latar Belakang Masalah

Dalam perkembangan pada bidang industri yang semakin pesat ini menciptakan suatu persaingan yang sangat ketat. Sehingga perusahaan harus mencari strategi yang tepat untuk memasarkan produknya. Hal ini yang menuntut produsen untuk lebih peka dan kritis terhadap perubahan yang ada pada saat ini. Perkembangan teknologi dan industri yang semakin canggih ini sangat berdampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia usaha. Disamping itu, banyak berbagai usaha terutama pada perusahaan besar atau perusahaan kecil yang berdampak pada persaingan yang sangat ketat bagi perusahaan.

Strategi pemasaran sangat penting bagi para pengusaha. Strategi pemasaran terdiri dari unsur-unsur pemasaran yaitu 4P (*produk, price, promotion, place*). Keempat unsur pemasaran tersebut sangat menentukan bagi perusahaan untuk melakukan suatu bisnisnya. Strategi pemasaran dapat didefinisikan yaitu suatu rencana yang didesain untuk mempengaruhi pertukaran dalam mencapai tujuan organisasi.<sup>1</sup> Pemasaran dapat didefinisikan yaitu satu fungsi organisasi dan seperangkat proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, dan menyerahkan nilai kepada pelanggan dan mengelola hubungan pelanggan dengan cara yang menguntungkan organisasi dan para pemilik sahamnya.<sup>2</sup> Menurut Basu Swasta yang dikutip oleh Danang Sunyoto bahwa pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan usaha yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang, jasa, ide kepada pasar sasaran agar dapat mencapai tujuan organisasi.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> Effendy M, Guntur, *Transformasi Manajemen Pemasaran & Membangun Citra Negara* (Jakarta: CV. Sagung Seto, 2010), hlm 9

<sup>2</sup> *Ibid*, hlm 3

<sup>3</sup> Danang Sunyoto, *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus* (Yogyakarta: CAPS, 2014), hlm 18

Pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan, harus dapat menjangkau pasar sasaran yang telah ditetapkan, sehingga setiap perusahaan perlu untuk mengelola kegiatan pemasarannya dengan baik. Untuk meraih keberhasilan, setiap perusahaan harus melihat lebih jauh bermacam-macam faktor yang mempengaruhi pembeli dan mengembangkan pemahaman mengenai bagaimana konsumen melakukan keputusan pembelian.

Sandal Bandol Liberty memberikan harga yang murah dan terjangkau untuk semua kalangan baik pelajar ataupun masyarakat umum dan memberikan harga yang bisa dijual kembali dibandingkan dengan merek lain yang berada di daerah sekitarnya, selain memberikan harga yang murah sandal bandol merek Liberty juga memberikan kualitas produk yang kuat dan tahan lama meski sering terkena air serta sandal bandol ini ringan digunakan , serta memberikan banyak pilihan model yang bervariasi yang cocok digunakan mulai dari anak-anak sampai orang dewasa. Saat ini perusahaan Sandal Bandol banyak sekali dijumpai dengan berbagai merek. Hal ini yang menyebabkan konsumen lebih kritis dalam memilih suatu produk untuk digunakan.

Sejarah berdirinya Home Industri Sandal Bandol dimulai pada tahun 1950-an, yaitu oleh Bapak Masdeh, warga Banaran, Banyumas yang mengawali pembuatan alas kaki dengan bahan dasar ban bekas atau dalam bahasa jawa ban bodol (bandol). Pada waktu itu sandal yang dibuat masih sangat sederhana, dengan cara pengerjaannya yang sangat sederhana pula. Memanfaatkan ban mobil bekas yang sudah rusak, yang hanya menjadi limbah yang tidak berharga. Serta menggunakan alat yang sangat sederhana berupa pisau, palu dan paku dan menghasilkan produk alas kaki dengan bahan dasar ban mobil bekas.<sup>4</sup>

Seiring berkembangnya zaman, maka muncul ide baru dari tangan pengrajin sandal bandol. Produk yang dihasilkan juga sudah beragam, yaitu

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan oki ( karyawan Home Industri Sandal Bandol “Liberty” Banaran), tanggal 21 Januari 2019.

berupa sandal dan sepatu dari berbagai macam warna, corak dan model. Bapak Asep mulai mendirikan usahanya pada tahun 1995 dan mengembangkan model sandal pada tahun 1997, yang dahulu murni hanya dari ban bekas, sekarang diberi sedikit sentuhan yaitu dengan dilapisi spon agar lebih nyaman digunakan. Meskipun dulu pernah mengalami pasang surut dalam mengembangkan usahanya namun Bapak Asep, pemilik Home Industri telah memperkerjakan 20 karyawan yang terdiri dari 8 karyawan perempuan bertugas menjahit slempang pada sandal dan 12 karyawan lainnya bertugas memproduksi sandal dari awal lembaran spon dan karet menjadi sandal siap pakai, Bapak Asep sang pemilik usaha dan sebagian dari karyawannya tersebut telah mengembangkan ide kreatif sehingga sandal bandol tetap laku di pasaran dari zaman ke zaman, sampai sekarang terdapat 25 Home Industri Sandal Bandol di Banaran.<sup>5</sup>

Liberty adalah produk sandal yang diproses secara manual dengan menggunakan alat grenda untuk bagian finishing dan pengalusan sandal dibagian yang kurang rapi. Usaha Sandal Bandol Merek Liberty ini teletak di Desa Banaran Pasir Kidul Rt 3 Rw 1, Purwokerto Barat Kabupaten Banyumas. Sandal Bandol Merek Liberty sudah memasarkan ke beberapa daerah atau kota yaitu Purbalingga, Tegal, Jakarta, Kalimantan, Sumatra dan sebagainya.

Berikut data-data penjualan Sandal Bandol Merk “Liberty” :

<b>Bulan</b>	<b>Tahun</b>	<b>Penjualan</b>
Juni	2018	250 kodi
Juli	2018	254 kodi
Agustus	2018	252 kodi
September	2018	260 kodi
Oktober	2018	230 kodi
November	2018	235 kodi
Desember	2018	245 kodi
Jumlah		1726 kodi

Sumber: Data Perusahaan tahun 2018

<sup>5</sup> Wawancara dengan Bapak Asep (Pemilik Home Industri Sandal Bandol “Liberty” Banaran), tanggal 21 januari 2019.

Berdasarkan tabel penjualan diatas terlihat bahwa penjualan Sandal Bandol Liberty tidak selalu mengalami peningkatan. Pada bulan Oktober penjualan mengalami penurunan. Karena pada bulan September terjadi bencana alam di daerah yang biasa melakukan pemesanan tepatnya didaerah Sulawesi sehingga akses untuk ke daerah tersebut terhambat.

Faktor yang sangat penting dalam keputusan pembelian yaitu tujuan penetapan harga. Harga berdampak pada kinerja keuangan dan berpengaruh penting pada nilai penempatan posisi merek di benak pelanggan. Harga juga memungkinkan menjadi sebuah perwakilan dari ukuran kualitas produk manakal pelanggan sulit mengevaluasi produk yang kompleks.<sup>6</sup>

Anas bin Malik mengatakan bahwa pada masa Rasulullah saw pernah terjadi harga-harga melambung tinggi. Para Sahabat lalu berkata pada Rasul, “**Ya Rasulullah saw tetapkan harga demi kami.**” Rasulullah saw menjawab:

إِنَّ اللَّهَ هُوَ الْمُسَعِّرُ الْقَابِضُ الْبَاسِطُ الرَّزَّاقُ وَإِنِّي لَأَرْجُو أَنْ أَلْقَى اللَّهَ وَلَيْسَ أَحَدٌ يَطْلُبُنِي  
بِمَظْلَمَةٍ فِي دَمٍ وَلَا مَالٍ

“ Sesungguhnya Allahku Zat Yang menetapkan harga, Yang menahan, Yang mengulurkan, dan yang Maha Pemberi Rezeki. Sesungguhnya, aku berharap agat Allah Yang memberi (patokan), dan bukan salah seorang di antara kalian yang memintaku agar aku berbuat zalim baik terhadap darah (nyawa) maupun harta benda.” (HR Abu Dawud, Ibn Majah dan at-Tirmidzi).

Demikian juga penentuan tarif oleh negara juga tidak dibenarkan menurut pandangan Islam, namun pasar harus dihilangkan dari berbagai *distorsi* (penyimpangan pasar) seperti monopoli, oligopoli dan lainnya. Untuk semua kebutuhan, tidak boleh ada penentuan tarif dan tidak boleh ada distorsi pasar. Harga harus tetap merupakan kerelaan kedua belah pihak baik dia bernilai sama dengan harga barangnya ataupun kesepakatan itu dibawah nilainya ataupun berada di atas nilai sebenarnya. Akan tetapi apabila pedagang sudah menaikkan harga diatas batas kewajaran, mereka itu telah

<sup>6</sup> M. Suyanto, *Marketing Strategy*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2007), hlm 123.

berbuat zalim dan sangat membahayakan umat manusia, maka penguasa (pemerintah) harus campur tangan dalam menangani persoalan tersebut dengan cara penetapan harga standar. Dengan bertujuan untuk melindungi hak-hak orang lain, mencegah penimbunan barang dan menghindari dari kecurangan para pedagang. Inilah yang pernah dilakukan Umar bin Khattab.<sup>7</sup>

Di dalam proses penetapan harga jual suatu produk, perusahaan hendaknya mengikuti prosedur yang terdiri dari enam langkah pokok, yaitu memilih sasaran harga, menentukan permintaan, memperkirakan biaya, menganalisis pesaing, memilih metode harga dan memilih harga terakhir.<sup>8</sup> Masalah kebijakan harga turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Harga di sini bukan berarti harga yang murah saja ataupun harga tinggi akan tetapi yang dimaksudkan adalah harga yang tepat. Bagaimana menentukan harga yang tepat sangat tergantung kepada berbagai faktor, misalnya faktor harga pokok barang, kualitas barang, daya beli masyarakat, keadaan pesaing, konsumen yang dituju dan sebagainya.<sup>9</sup>

Konsumen sekarang akan sangat selektif terhadap harga, selisih harga sedikit kadang konsumen akan mengambil barang tersebut. Harga Sandal Bandol Merk Liberty sangat terjangkau dan kualitasnya bagus sehingga konsumen akan loyal dalam membeli. Ada beberapa hal yang berkaitan dengan harga yang melatarbelakangi mengapa konsumen memilih suatu produk untuk dimilikinya. Konsumen akan memilih suatu produk tersebut karena konsumen ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk tersebut, karena melihat kesempatan tersebut dengan harga yang lebih murah dan kualitas bagus sehingga lebih ekonomis. Harga memiliki dua peranan utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi.<sup>10</sup>

Selain harga, penawaran produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih sehingga tampak berbeda dengan produk lain merupakan tuntutan bagi

---

<sup>7</sup> Lukman Hakim, *Prinsi-prinsip Ekonomi Islam* (Bandung: Erlangga, 2012), hlm 170.

<sup>8</sup> M. Suyanto, *Marketing Strategy* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 2007), hlm 123.

<sup>9</sup> Buchari Alma, *Kewirausahaan* (Bandung: Alfabeta, 2009), hlm 202.

<sup>10</sup> Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* (Yogyakarta: CV Andi Offset, 1997), hlm 152.

setiap perusahaan. Salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli produk adalah kualitas yang terkandung dalam produk tersebut. kualitas produk adalah kecocokan penggunaan produk untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan.<sup>11</sup> Kualitas produk sangat penting bagi konsumen untuk mengambil keputusan dalam membeli suatu produk, bahwa produk sandal merk Liberty ini mempunyai kelebihan yaitu ringan dipakai, kualitasnya awet meski sering terkena air dan tidak licin untuk berjalan, serta model dan motif yang sesuai selera konsumen.

Produk sandal merk Liberty saat ini memiliki harga Rp. 12.000 / pasang atau Rp.190.000 /kodi untuk harga sandal. Sedangkan untuk harga sepatu sandalnya memiliki harga Rp. 15.000/ pasang atau Rp.230.000/ kodinya. Kualitas produk sandal merk Liberty di ukur dari jenis lem yang digunakan. Karena menggunakan lem dengan kualitas yang baik akan mempengaruhi kualitas dan kekuatan pada sandal itu sendiri dibanding dengan lem campuran, serta bahan bagian pelapis yang sesuai dengan warna selempang yang digunakan.

Didaerah Banaran Pasir Kidul Kec Purwokerto Barat ini mempunyai banyak pesaing. Dalam satu desa terdapat sekitar 25 kompetitor yang sejenis dengan Liberty. Salah dua diantaranya bermerek New York dan Queen. Merek-merek tersebut terlihat dari harga dan kualitas yang berbeda. Untuk harga sandal merk New York per kodi Rp. 180.000, sedangkan harga sandal merk Queen per kodi Rp. 175.000, dengan menggunakan lem yang berkualitas kurang baik atau menggunakan lem campuran sehingga kekuatan lem pada sandal tersebut kurang maksimal.

Setiap akan melakukan keputusan pembelian konsumen akan melakukan evaluasi sikapnya terlebih dahulu. Kepercayaan digunakan konsumen untuk mengevaluasi sebuah harga. Disimpulkan bahwa bila konsumen diberi kebebasan, maka harga-harga barang merupakan pegangan

---

<sup>11</sup> M.N, Nasution, *Manajemen Mutu terpadu; Total Quality Management* (Jakarta; Ghalia Indonesia, 2001), hlm.15.

baginya, untuk mengalokasikan pembelanjannya sehingga tercapainya kepuasan maksimum.<sup>12</sup>

Selanjutnya bahwa semenjak tahun 1970 dan sampai awal tahun 1980-an, para peneliti memandang konsumen sebagai pengambil keputusan. Dari perspektif ini, pembelian merupakan hasil dimana konsumen merasa mengalami masalah dan kemudian melalui proses rasional menyelesaikan masalah tersebut. perspektif pengambilan keputusan menggambarkan seorang konsumen sedang melakukan serangkaian langkah-langkah tertentu pada saat melakukan pembelian. Langkah-langkah ini termasuk pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, memilih dan evaluasi pascaperolehan.<sup>13</sup> Keputusan pembelian dari pembelian sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor kebudayaan, sosial, pribadi, dan psikologi dari pembeli.<sup>14</sup>

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul “ **PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SANDAL BANDOL MEREK “LIBERTY” DI BANARAN PASIR KIDUL PURWOKERTO**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah ;

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sandal Bandol Liberty?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sandal Bandol Liberty?
3. Apakah harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian sandal Bandol Liberty?

---

<sup>12</sup> Boedioni, *Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Makro* (Yogyakarta: Erlangga, 2002), hlm 11.

<sup>13</sup> John C. Mowen & Michael Minor, *Perilaku Konsumen* (Jakarta: Erlangga, 2002), hlm 11.

<sup>14</sup> Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Impikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* (Jakarta: Kencana, 2003) hlm 11.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui adakah pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk sandal merk Liberty?
- b. Untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas terhadap keputusan pembelian pada produk sandal merek Liberty?
- c. Untuk mengetahui adakah pengaruh secara simultan dari harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk sandal merek Liberty?

### **2. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini dilakukan dengan harapan dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain:

#### **a. Manfaat teoritis**

Hasil penelitian ini dapat menambah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli sandal bandol merek Liberty.

#### **b. Manfaat praktis**

Bagi pihak Liberty, diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi dan masukan, sehingga lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk membeli sandal merek Liberty, seperti harga dan kualitas produk.

## **D. Sistematika Pembahasan**

Sistematika penulisan ini terdiri dari bagian awal, isi, dan bagian akhir.

Bagian awal skripsi meliputi Halaman Judul, Pernyataan Keaslian, Nota Dinas Pembimbing, Halaman Pengesahan, Halaman Persembahan, Halaman Motto, Kata Pengantar, Daftar Isi, Daftar Tabel, Daftar Lampiran, dan Abstrak.

Kemudian pada bagian isi terdiri dari lima bab dengan rincian sebagai berikut :

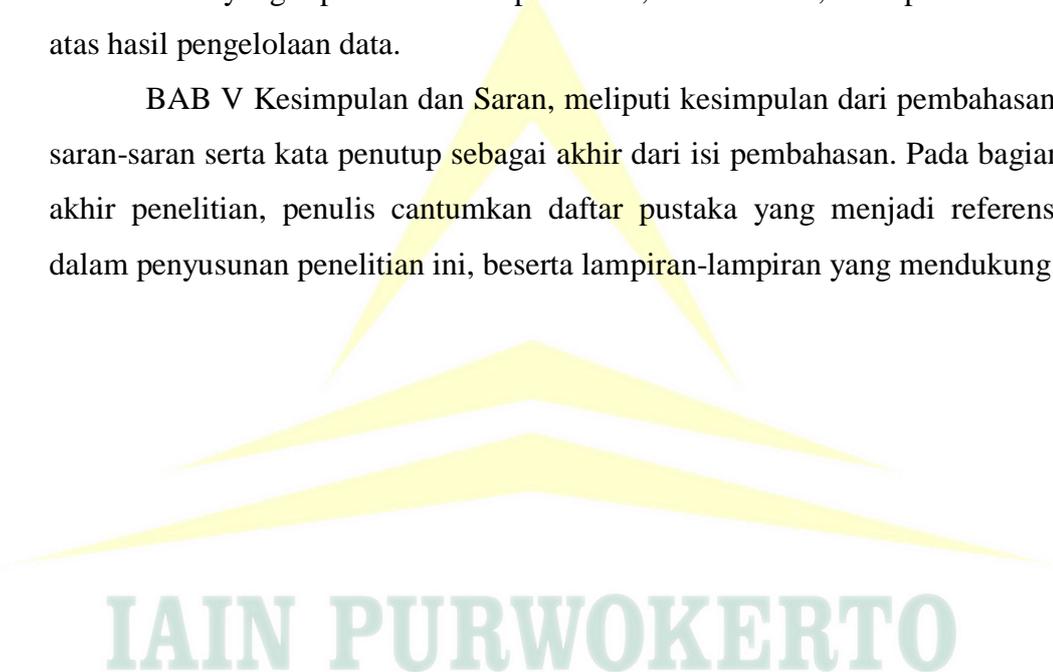
BAB I Pendahuluan yang terdiri dari Latar Belakang Masalah, Definisi Operasional, Rumusan Masalah, Tujuan Dan Sistematika Penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka, bab ini menguraikan tentang landasan teori yang digunakan sebagai dasar dari analisi penelitian, kerangka penelitian dan hipotesis.

BAB III Metode Penelitian yang meliputi deskripsi tentang variabel penelitian, cara penentuan sampel, jenis dan sumber data, serta metode analisis yang dipakai dalam penelitian.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan, Bab ini memuat tentang uraian hasil yang diperoleh dalam penelitian, analisis data, serta pembahasan atas hasil pengelolaan data.

BAB V Kesimpulan dan Saran, meliputi kesimpulan dari pembahasan, saran-saran serta kata penutup sebagai akhir dari isi pembahasan. Pada bagian akhir penelitian, penulis cantumkan daftar pustaka yang menjadi referensi dalam penyusunan penelitian ini, beserta lampiran-lampiran yang mendukung.



IAIN PURWOKERTO

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,005 < 0,05$  sehingga diperoleh kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji t diperoleh nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga diperoleh kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis uji F variabel harga dan kualitas produk memiliki signifikansi hitung sebesar  $0,000 < 0,05$ . Maka diperoleh kesimpulan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikansi harga dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.
4. Dengan melihat hasil perhitungan *Unstandardized Coefficients* yang dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada sandal bandol merek Liberty. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Unstandardized Coefficients* variabel harga (X1) sebesar 0,488 dan variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,945.

#### **B. Saran**

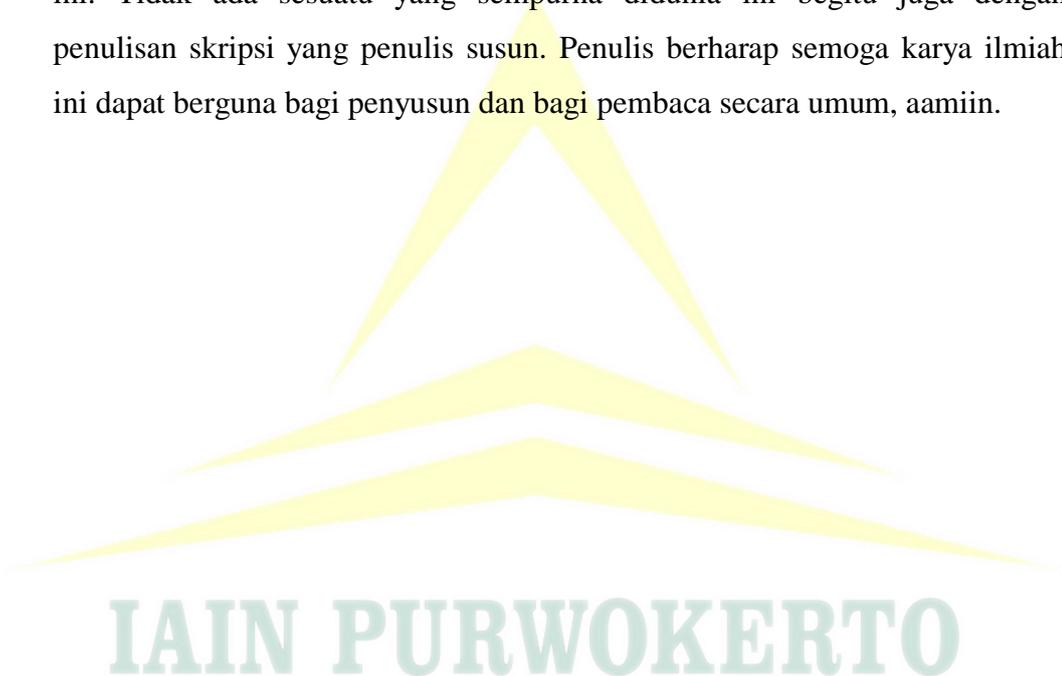
1. Hendaknya sandal bandol merek Liberty terus meningkatkan kualitas produknya, mengingat semakin banyaknya pesaing dalam usaha tersebut. Selain itu, harga yang telah ditetapkan pun harus disesuaikan dengan pendapatan dari lingkungan sekitar, sehingga dapat dijangkau oleh semua lapisan masyarakat.
2. Persepsi dari para konsumen harus dapat dipertahankan terutama harga dan kualitas dari sandal bandol merek Liberty sehingga konsumen tetap melakukan pembelian secara terus menerus .

3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel independen yang belum disebutkan dalam penelitian ini.

### **C. Penutup**

Puji syukur rahmat Allah Swt dengan hidayah, rahmat, inayahNya, kuasaNya yang telah memberikan semangat serta kesehatan, sehingga penyusun dapat menyelesaikan skripsi ini.

Terimakasih yang tiada terhingga, kepada semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan yang tinggi dalam penyusunan skripsi ini. Tidak ada sesuatu yang sempurna didunia ini begitu juga dengan penulisan skripsi yang penulis susun. Penulis berharap semoga karya ilmiah ini dapat berguna bagi penyusun dan bagi pembaca secara umum, aamiin.



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Alma, Buchari. 2009. *Kewirausahaan*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiono. 2002. *Pengantar Ilmu Ekonomi No.1 Ekonomi Makro*. Yogyakarta: Erlangga.
- C. Mowen, John & Minor, Michael. 2002. (ed.5). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.
- Hakim, Lukman. 2012. *Prinsip-prinsip Ekonomi Islam*. Bandung: Erlangga.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Isna, Alizar & Warto. 2013. *Analisis Data Kuantitatif*. Purwokerto: STAIN Press.
- J. Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- J.Kazmired, Leonard. 2009. *Statistik Untuk Bisnis*. Jakarta: Erlangga.
- K. Malhorta, Naresh. 2010. *Riset pemasaran Pendekatan Terapan Edisi Keempat*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip & Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran, terj. Benyamin Molan*. PT. Indeks.
- Kotler, Philip, dkk. 2004. *Manajemen Pemasaran Sudut Pndang Asia Edisi Ketiga*. Jakarta: PT. Indeks.
- M. Guntur, Effendy. 2010. *Transformasi Manajemen Pemasaran & Membangun Citra Negara*. Jakarta: CV. Sagung Seto.

- Nasution. M.N. 2001. *Manajemen Mutu Terpadu: Total Quality Management*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Prasetijo, Ristiyanti & Ihalauw, Jhon J.O.I. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Priyatno, Duwi. 2009. *SPSS untuk Analisis Korelasi, Regresi dan Multivariate*. Yogyakarta: Gava Media.
- Sangadji, Etta Mamang. 2012. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Simamora, Bilson. 2004. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, Masri & Effendi, Sofian. 1989. *Metode Penelitian Survai*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, Puguh. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Bisnis: Pendekatan Filosofi dan Praktis*. Jakarta: PT Indeks.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran: Konsep, Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS.
- Suyanto. M. 2007. *Marketing Strategi*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Taniredja, Tukiran & Mustafidah, Hidayati. 2011. *Penelitian Kuantitatif*. Purwokerto: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy & Chandra, Gregorius. 2012. *Pemasaran Strategik: Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi kompetitif, hingga e-Marketing*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy & Diana, Anastasia. 2003. *Total Quality management*. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Umar, Husen. 2006. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

\_\_\_\_\_. 2008. *Desain Penelitian MSDM dan Perilaku Karyawan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

Wijaya, Tony. 2009. *Analisis Data Penelitian menggunakan SPSS*. Yogyakarta: Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Wood, Ivone. 2009. *Layanan Pelanggan: cara praktis, murah dan inspiratif memuaskan pelanggan anda*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

### **Non Buku**

Abadan, Kholifatun Wathon. *Skripsi: Analisis Pengaruh Kualitas produk, kualitas Pelayanan, Harga Produk dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Lampu Philip LED (Studi pada Konsumen Berlian Electrindo di Kabupaten Kudus)*. Semarang: Universitas Pandadaran Semarang.

Kurniawan, Tomi. 2013. *Skripsi: Analisis Pengaruh kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Motor Matic Suzuki di raharjo Motor Jepara*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

Martini, Tini. 2015. *Jurnal: Analisis Pengaruh Harga, Kualitas dan Desain terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Sepeda Motor Honda Jenis Skuter Matic*. Vol. 9, No. 1.

Mustikasari, Wening. 2014. *Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk, desain produk dan Harga Terhadap Keputusan pembelian Kopiah Merk Gading Gajah Gresik*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

Nur Isnaeni, Alifah. 2010. *Skripsi: Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Jiwel UD. UBAIDINDO JAYA ( Studi Kasus di Karanggambas Padamara Purbalingga)*. Purwokerto: STAIN.

Rachman, M. Aulia. 2013. *Jurnal: Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur*. Vol. 4 No. 2.

Susanto, Joko. 2012. *Jurnal: Pengaruh Kualitas produk, Iklan, dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio di Surabaya*. Vol.1, No.3.

Wawancara dengan (Bpk. Asep) pemilik home industry sandal bandol merek Liberty, pada tanggal 21 Januari 2019.

Wawancara dengan Oki Karyawan Home Industry sandal bandol merek Liberty, pada tanggal 21 Januari 2019.

Yusup, Muhammad. 2011. *Skripsi: Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda (Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang)*. Semarang: Universitas Diponegoro Semarang.

IAIN PURWOKERTO