

PENGARUH HARGA TERHADAP PENDAPATAN PENJUALAN PADA MASA PANDEMI *COVID-19* DI TOKO RABBANI CABANG KOTA PADANGSIDIMPUAN”

Oleh :

Pipi Yunita Sari¹, Erlina sari, M.Pd², Armansyah Lubis.,S.E.,M.M.,³

Program Studi Pendidikan Ekonomi

Institut Pendidikan Tapanuli Selatan

E-mail :vivinovitasari07as@gmail.com

ratuhapisrafa@gmail.com

armansyahlubis80@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh harga terhadap pendapatan penjualan pada masa pandemi *covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan. Metode penelitian ini adalah deskriptif dimana penelitian yang dilakukan menggambarkan situasi atau kejadian yang terjadi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang datang untuk membeli produk di toko Rabbani Cabang Kota Padangsimpuan. Adapun sampel dalam penelitian ini adalah 20 pembeli di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan. Hasil penelitian ini merupakan bahwa hasil pengolahan data pada tabel 11, diperoleh nilai $t_{hitung}(16,210) > t_{tabel}(2,093)$ dengan nilai $sig = 0,000$ pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan $5\% = 0,05$. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai $sig.$ lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan. Dngan demikian, dalam meningkatkan Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan sebagai masukan dalam meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan.

Kata Kunci: Pengaruh, harga, pendapatan, penjualan, covid-19.

Abstract

This study aims to determine the extent of the influence of price on sales revenue during the covid-19 pandemic at the Rabbani Store, Padangsidimpuan City Branch. This research method is descriptive where the research conducted describes the situation or event that occurred. The population in this study were all consumers who came to buy products at the Rabbani store, Padangsimpuan City Branch. The sample in this study were 20 buyers at the Rabbani Store, Padangsidimpuan City Branch. The results of this study are that the results of data processing in table 11, obtained the value of $t_{count}(16,210) > t_{table}(2,093)$ with a value of $sig = 0.000$ at the 95% confidence level or the level of error $5\% = 0.05$. Thus it can be seen that the value of $sig.$ smaller than $= 0.05$ ($0.000 < 0.05$). This means that there is a significant influence between price and sales revenue during the Covid-19 pandemic at the Rabbani Store, Padangsidimpuan City Branch. Thus, in increasing the price of sales income during the Covid-19 pandemic at the Rabbani Store, the Padangsidimpuan City Branch and as input in increasing the Sales Revenue during the Covid-19 Pandemic at the Rabbani Store, the Padangsidimpuan City Branch.

Keywords: influence, sales revenue price, covid-19

A. PENDAHULUAN

Pemasaran merupakan suatu proses social dan manajerial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain Tugas pemasaran adalah menciptakan pelanggan yang loyal, pelanggan merupakan para konsumen yang puas dan berulang kali melakukan pembelian pada perusahaan. Salah satu kajian pemasaran yang menarik adalah perilaku konsumen. Seorang pemasar perlu mempelajari perilaku konsumen untuk memastikan kesesuaian antara keinginan konsumen dengan apa yang ditawarkan.

Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha-usaha baru yang bermunculan di kota Padangsidimpuan, baik yang menempati lokasi pasar tradisional maupun modren. Salah satu upaya yang penting bagi pengusaha atau pedagang agar dapat berkembang dan sukses dalam usaha adalah para pedagang mampu menerapkan strategis yang tepat dalam menjalankan usahanya, seperti penentuan harga jual dan perbedaan lokasi penjualan yang tepat. Penjualan merupakan kegiatan yang terpadu untuk mengembangkan rencana-rencana strategis yang diarahkan pada usaha pemuasan kebutuhan dan keinginan pembeli, guna mendapatkan penjualan merupakan sumber hidup, karena dari penjualan dapat memperoleh laba serta suatu usaha memikat konsumen yang diusahakan untuk mengetahui daya tarik mereka sehingga dapat mengetahui hasil suatu produk yang dihasilkan. Dalam meningkatkan penjualan juga harus memperhatikan harga. Usaha penjualan yang ada di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan merupakan salah satu jenis usaha yang banyak berkembang untuk peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Selama beberapa bulan belakangan ini fenomena yang melanda hampir seluruh dunia akibat adanya pandemi *covid-19* ini menyebabkan banyaknya usaha-usaha yang mengalami berkurangnya pendapatan baik dalam perusahaan besar atau usaha mikro kecil menengah (UMKM) yang membuat hampir seluruh sektor mengalami kerugian bahkan ada juga sampai yang gulung tikar yang disebabkan pendapatan tidak ada namun harga bahan baku/ pokok sangat mahal.

Pendapatan adalah peningkatan jumlah aktiva atau penurunan kewajiban yang timbul dari penyerahan barang atau jasa atau aktivitas usaha lainnya dalam suatu periode. Pendapatan merupakan hal penting dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan hidup sehingga besar kecilnya pendapatan dalam berdagang akan menentukan tingkat kesejahteraan.

Terkait dengan adanya pandemi COVID-19 ini menyebabkan pendapatan menurun drastis. Hal ini disebabkan tingginya harga jual yang membuat

para konsumen berpikir untuk membeli barang yang tidak terlalu penting menurut mereka.

Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang biasa disamakan dengan uang atau barang lain untuk manfaat yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu”.

Berdasarkan wawancara dengan manager di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan yaitu ibu Ana Yusti Toko Rabbani cabang kota Padangsidimpuan menjual beberapa produk pakaian, jilbab dan perlengkapan ibadah yang cukup lengkap sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan jual beli. Namun kenyataannya pendapatan penjualan tiap bulan nya semakin menurun. Hal ini dapat dilihat dari hasil pendapatan penjualan di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1
Jumlah pendapatan penjualan pada masa pandemi covid-19Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan

No	Bulan	Harga	Pendapatan penjualan
1	Oktober	200 – 450	80.000.000
2	November	200 – 300	60.000.000
3	Desember	150-250	45.000.000
4	Januari	100-150	30.000.000

Sumber : Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pendapatan di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan rata-rata perbulannya mengalami penurunan seperti dari awal bulan Oktober-Januari tahun 2021. flukstasi yang terlihat jelas dari awal tahun 2021 mengalami penurunan yang sangat drastis.

Apabila ini dibiarkan, maka pendapatan penjualan akan semakin menurun dan usaha akan mengalami gulung tikar yang disebabkan beberapa faktor yang membuat pendapatan penjualan pada masa pandemi *COVID-19* menurun drastis, yaitu : faktor PSBB (dirumah aja), faktor bahan baku yang susah didapat, penetapan harga jual yang tinggi, muncul saingan baru, sering kosong persediaan barang.

Telah banyak upaya yang harus dilakukan untuk menaikkan kembali pendapatan penjualan diantaranya, membuat inovasi baru dalam produk, memberikan potongan harga, membuat sistem penjualan online, menyediakan stok barang, dan membuat promosi barang yang menarik baik di media cetak maupun media online dengan tujuan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen sehingga membuat pendapatan penjualan menjadi naik atau kembali normal.

Dari permasalahan yang telah dipaparkan diatas maka perlu adanya inovasi-inovasi baru untuk meningkatkan pendapatan penjualan tersebut. Untuk

itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi COVID-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan”**

1. Hakikat Pendapatan

Dewan standar akuntansi (dalam walia 2016:15) Pendapatan merupakan unsur terpenting dalam sebuah perusahaan karena pendapatan akan menentukan maju mundurnya sebuah perusahaan. Oleh karena itu perusahaan harus berusaha semaksimal mungkin untuk memperoleh pendapatan yang diharapkan menggunakan sumber yang ada dalam perusahaan dengan seefisien mungkin.

Pengertian pendapatan dikemukakan oleh Dyckman (dalam nisa budi utami 2002:234) bahwa pendapatan adalah “arus masuk atau peningkatan lainnya atas aktiva sebuah entitas atau penyelesaian kewajiban (atau kombinasi dari keduanya) selama satu periode dari pengiriman atau produksi barang, penyediaan jasa, atau aktivitas lain yang merupakan operasi utama atau sentral entitas yang sedang berlangsung”.

Menurut Samuelson dan Nordhaus (dalam nurlaila 2005:255) menyatakan bahwa pendapatan dalam ilmu ekonomi didefinisikan sebagai hasil berupa uang atau hal materi lainnya yang dicapai dari penggunaan kekayaan atau jasa manusia bebas”. Sedangkan pendapatan rumah tangga adalah total pendapatan dari setiap anggota rumah tangga dalam bentuk uang atau natura yang diperoleh baik sebagai gaji atau sumber lain. Kondisi seseorang dapat diukur dengan menggunakan konsep pendapatan yang menunjukkan jumlah seluruh uang yang diterima oleh seseorang atau rumah tangga selama jangka waktu tertentu.

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dikonsumsi oleh seorang dalam suatu periode mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Dengan kata lain pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.

Menurut pandangan Sudono Sukirno (dalam Anissa dan Fortuna 2005:93) menulis bahwa pendapatan merupakan salah satu faktor terpenting yang mempengaruhi sebuah permintaan, pada hakikatnya merupakan hipotesis yang menyatakan bahwa makin tinggi pendapatan maka makin banyak permintaan terhadap barang tersebut.

Sebaliknya, makin rendah pendapatan maka makin sedikit permintaan terhadap barang tersebut. Hubungan yang wujud merupakan hubungan berbanding lurus, sehingga jika terdapat kenaikan pendapatan, maka hal ini mengakibatkan permintaan rumah akan lebih baik bahkan meningkatkan.

Sedangkan menurut Suruto (dalam Christoper 2000:6) teori pendapatan adalah seluruh penerimaan

baik berupa uang maupun berupa barang yang berasal dari pihak lain maupun hasil industri yang dinilai atas dasar sejumlah uang dari harta yang berlaku saat itu. Pendapatan merupakan sumber penghasilan seseorang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan sangat penting artinya bagi kelangsungan hidup dan penghidupan seseorang secara langsung maupun tidak langsung. Pendapatan terdiri atas upah, gaji, sewa, deviden, keuntungan dan merupakan suatu arus yang diukur dalam jangka waktu tertentu misalnya : seminggu, sebulan, setahun atau jangka waktu yang lama. Arus pendapatan tersebut muncul sebagai akibat dari adanya jasa produktif (*productive service*) yang mengalir ke arah yang berlawanan dengan aliran pendapatan yaitu jasa produktif yang mengalir dari masyarakat ke pihak bisnis yang berarti bahwa pendapatan harus didapatkan dari aktivitas produktif.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa pendapatan salah satu faktor yang mempengaruhi sebuah permintaan terhadap barang yang akan di produksi kepada masyarakat. Jadi pendapatan adalah hasil dari suatu kegiatan penjual barang atau jasa yang diperoleh setiap perusahaan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan

Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima menurut penelitian yang dilakukan oleh Fatmawati (dalam Hannum, 2014:4), diantaranya adalah:

a. Modal

Modal merupakan faktor yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Modal merupakan factor yang sangat kuat dengan berhasil atau tidaknya suatu usaha yang telah didirikan. Menurut komaruddin (dalam Hannum 2017:74) bahwa modal yang sebenarnya “adalah suatu dana yang tepat dari kekayaan produktif yang berwujud dalam bentuk barang-barang modal”. Modal merupakan input (factor produksi) yang sangat penting dalam menentukan tinggi rendahnya pendapatan. Didalam suatu usaha masalah modal mempunyai hubungan yang sangat kuat dengan berhasil tidaknya suatu usaha yang telah didirikan.

b. Jam Kerja

Lama jam kerja yang digunakan seseorang maka akan tinggi tingkat upah atau pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut, dan sebaliknya jika semakin sedikit jumlah jam kerja yang digunakan oleh seseorang maka akan semakin sedikit tingkat upah atau pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut. Lama jam kerja yang digunakan seseorang maka akan tinggi tingkat upah atau pendapatan yang diterima oleh seseorang tersebut, dan sebaliknya jika semakin sedikit jumlah jam kerja yang digunakan oleh seseorang maka akan semakin sedikit tingkat upah atau pendapatan yang

diterima oleh seseorang tersebut. Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan untuk berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya. Sedangkan jam kerja dalam kamus besar bahasa Indonesia adalah waktu yang di jadwalkan untuk perangkat bagi pegawai dan sebagainya untuk bekerja.

c. Pengalaman

Salah satu kesalahan fatal yang menyebabkan kegagalan usaha adalah kurangnya pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa pedagang yang berpengalaman dapat mempengaruhi keberhasilan usaha, keberhasilan penjualan itu dapat diukur dari pendapatan yang diperoleh.

Dalam hal ini pengalaman diukur berdasarkan lama seorang pedagang tersebut melakukan usaha.

Menurut Artianto (dalam Hannum, 2010:5) dalam penelitiannya bahwa faktor yang mempengaruhi pendapatan penjualan, yaitu:

- 1) Modal, yang merupakan barang hasil produksi tahan lama yang pada gilirannya digunakan sebagai input produktif untuk produksi lebih lanjut.
- 2) Lama usaha, merupakan usia dari berdirinya usaha pedagang kaki lima tersebut.
- 3) Jumlah tenaga kerja, yaitu tenaga kerja yang bekerja pada usaha, baik itu pemilik sendiri maupun orang lain.
- 4) Tingkat pendidikan, yaitu tingkat pendidikan yang dimiliki seseorang diduga akan mempengaruhi pendapatan yang diterimanya dalam bekerja.
- 5) Lokasi, yaitu lokasi usaha pedagang kaki lima merupakan suatu yang sangat vital, karena disitulah tempat dia menggantungkan hidupnya.

Berdasarkan faktor-faktor di atas dapat disimpulkan pendapatan penjualan dipengaruhi oleh 5 faktor, yaitu modal, lama usaha, jumlah tenaga kerja, tingkat pendidikan, dan lokasi.

3. Sumber-sumber Pendapatan

Samuelson dan Nordhaus (dalam Hannum 2005:250) menyatakan secara umum pendapatan dapat diperoleh melalui tiga sumber, yaitu:

a. Gaji dan Upah

Suatu imbalan yang diperoleh seseorang setelah melakukan suatu pekerjaan untuk orang lain, perusahaan swasta atau pemerintah.

b. Pendapatan dari Kekayaan

Pendapatan dari usaha sendiri. Merupakan nilai total produksi dikurangi dengan biaya yang dikeluarkan baik dalam bentuk uang atau lainnya, tenaga kerja keluarga dan nilai sewa capital untuk sendiri tidak diperhitungkan.

c. Pendapatan dari Sumber Lain

Dalam hal ini pendapatan yang diperoleh tanpa mencurahkan tenaga kerja antara lain penerimaan dari pemerintah, asuransi

pengangguran, menyewa asset, bunga bank dan sumbangan dalam bentuk lain serta laba dari usaha. Tingkat pendapatan (*income level*) adalah tingkat hidup yang dapat dinikmati oleh seorang individu atau keluarga yang didasarkan atas penghasilan mereka atau sumber-sumber pendapatan lain.

4. Indikator Pendapatan

Adapun beberapa hal yang bisa dijadikan indikator dalam menentukan pendapatannya menurut Komaruddin (dalam Hannum, 2005:41) adalah :

a. Modal b. Lama usaha c. Jam kerja. Berikut akan dijelaskan indikator dari pendapatan satu persatu :

a. Modal

Menurut Suparmarko (dalam Kalvin, 2019:15) menyatakan bahwa “Modal adalah seluruh modal seorang pedagang pada saat menyediakan barang dagangan per bulan dengan satuan rupiah”. Sedangkan menurut Suparmoko (dalam Kalvin, 2019:16), modal adalah segala bentuk kekayaan berupa barang dan uang yang bisa didapatkan sendiri maupun pihak lain berupa pinjaman. Kemudian menurut Purwanti (dalam darsana 2017:576) “modal yang dibutuhkan dalam menjalankan bisnis yaitu; tekad, pengalaman, keberanian, pengetahuan, serta modal uang, namun pada umumnya orang mulai terhambat memulai usaha karena sulit dalam memperoleh modal uang.

Dari beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan modal atau biaya adalah salah satu faktor yang sangat penting bagi setiap usaha, baik skala besar maupun skala kecil, menengah maupun besar.

b. Lama Usaha

Menurut Wijayanti (dalam Damayanti, 2011:5), mengatakan bahwa jangka waktu pengusaha dalam melakukan usahanya memberikan pengaruh penting bagi pemilihan strategi dan cara melakukan usahanya. Pengusaha yang lebih lama dalam melakukan usahanya akan memiliki strategi yang lebih matang dan tepat dalam mengelola, memproduksi dan memasarkan produknya. Karena pengusaha yang memiliki jam terbang tinggi di dalam usahanya akan memiliki pengalaman, pengetahuan serta mampu mengambil keputusan dalam setiap kondisi dan keadaan.

Lamanya seorang pelaku bisnis menekuni bidang usahanya akan mempengaruhi kemampuan profesionalnya. Menurut Astamoen (dalam Hannum, 2017:75) “Semakin lama menekuni bidang usaha perdagangan akan meningkatkan pengetahuan tentang selera ataupun perilaku konsumen”. Keterampilan berdagang makin bertambah dan semakin banyak pula relasi bisnis maupun pelanggan yang berhasil dijaring. Sedangkan menurut Asmie (dalam darsana 2017:577) menyatakan “ lama usaha merupakan lamanya

pedagang berkarya pada usaha yang sedang di jalani saat ini.”

Dapat disimpulkan dari uraian diatas lama usaha adalah seberapa lama waktu yang sudah dijalani dalam menjalankan usahanya.

c. Jam Kerja

Jam kerja dalam penelitian ini adalah jumlah atau lamanya waktu yang dipergunakan untuk berdagang atau membuka usaha mereka untuk melayani konsumen setiap harinya. Sedangkan jam kerja dalam Kamus Besar Indonesia (dalam Nurlaila 2017:75) adalah “waktu yang dijadwalkan untuk perangkat pagi pegawai dan sebagainya untuk bekerja”. Berdasarkan hasil penelitian Pariartha (dalam Ida Ayu 2018:298) menyatakan bahwa “Jam kerja akan mempengaruhi tingkat pendapatan penjualan”.

Menurut sari (dalam Calvin, 2019:17) menyatakan bahwa “ Jam kerja merupakan bagian dari teori ekonomi mikro, khususnya pada teori penawaran tenaga kerja yaitu tentang kesediaan individu untuk bekerja dengan harapan memperoleh penghasilan atau tidak bekerja dengan konsekuensi mengorbankan penghasilan yang seharusnya didapatkan”.

Dari pendapat diatas dapat disimpulkan jam kerja adalah waktu yang dijadwalkan bagi pegawai/pekerja untuk bekerja dalam memproduksi atau menghasilkan barang dan jasa.

2. Hakikat Harga

a. Pengertian Harga

Penerapan harga bertujuan untuk mencapai memperoleh keuntungan, penetapan harga sangatlah berpengaruh pada penetapan posisi produknya yang berdasarkan kualitas. Menurut Swasta (dalam riyono 2016:100) “Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan pertimbangan factor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar.

Menurut Fandy Tjiptono (dalam Riyono 2016:100) menyebutkan bahwa harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Menurut kotler dan keller yang dialih bahasakan oleh Bob sabran (dalam Riyono 2016:101) harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Harga merupakan elemen termudah dalam program pemasaran untuk untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan banyak waktu.

Menurut Swastha (dalam Riyono 2016:101), “harga adalah jumlah uang (ditambah beberapa barang kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya”.

Dari defenisi di atas tersebut menjelaskan bahwa harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adanya harga makaperusahaan akan mendapatkan income bagi keberlangsungan perusahaan. Selain itu, harga juga merupakan alat yang nantinya dijadikan proses pertukaran terhadap suatu barang atau jasa konsumen.

Jadi dapat disimpulkan bahwa harga adalah tingkat pertukaran barang itu dengan barang lain, dan sejumlah uang yang hanya dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk.

b. Kebijakan Harga

Menurut Mursid (2010: 78) kebijaksanaan harga sebagai berikut :

1. Keadaan di Mana Penetapan Harga Penting

- Produk adalah bahan baku (raw-material).
- Harga merupakan alat utama untuk membedakan produk dan produk saingan.
- Konsumen berpenghasilan rendah.

2. Keadaan di Mana Penetapan Harga Kurang Penting

- Produk dapat dibedakan karena ada perbedaan fungsi.
- Produk dapat dibedakan karena perbedaan model (style).
- Secara psikologis produk dapat dibedakan melalui merek, bungkus dan iklan.
- Kesadaran perusahaan-perusahaan akan bahaya perang barang.

3. Keadaan di Mana analisis Harga Perlu Dilakukan

- Melansir produk baru.
- Perubahan kebutuhan (demand).
- Perubahan biaya.
- Saingan mengubah biaya.
- Beberapa item dalam produk mix berhubungan dari segi kebutuhan dan atau biaya.

Dari beberapa kebijakan harga yang diatas dapat disimpulkan bahwa keadaan di mana penetapan harga penting dimana dimaksud penetapan harga penting adalah produk adalah bahan baku , harga berpenghasilan rendah. Kemudian penetapan harga yang kurang penting karena adanya perbedaan produk dan model. Dan penetapan harga perlu dilakukan adanya perubahan biaya, saingan mengubah biaya, melansir produk baru.

c. Tujuan Penetapan Harga

Penjualan barang dalam menetapkan harga dapat mempunyai tujuan yang berbeda satu sama lain. Tujuan penetapan harga menurut harini (dalam, Annisa 2008:55) adalah sebagai berikut:

- Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi.
- Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga.

3. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya.
4. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan.
5. Penetapan harga untuk memaksimalkan laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis.

Dari uraian di atas dapat disimpulkan tujuan dari penetapan harga untuk pertama kali ketika mengembangkan dan memperoleh produk baru, memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru dan mengikuti lelang atau suatu kontrak kerja baru, untuk itu penjual harus mempertimbangkan banyak faktor dalam menentukan kebijakan penetapan harga.

d. Faktor-faktor Mempengaruhi Harga

Beberapa faktor yang biasanya mempengaruhi keputusan penetapan harga, antara lain:

1. Semakin banyaknya daya saing
2. Kesesuaian harga dengan manfaat produknya
3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Selain itu didalam penelitian ini ada beberapa indikator yang digunakan menurut Goenadhi (dalam Riyono 2016:101) indikator harga adalah a). Harga terjangkau b). harga bersaing c). pemberian atau potongan harga, kemudian akan di jelaskan satu persatu.

- a. Harga terjangkau daya beli konsumen, dimana konsumen membeli suatu produk yang memiliki harganya terjangkau sehingga mudah dicapai atau dibeli. Konsumen biasanya menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan, produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah dan termahal.

Harga terjangkau menurut Amilia (dalam Nst 2017:663) menyatakan “Harapan konsumen sebelum melakukan pembelian konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

Dari kesimpulan di atas dapat disimpulkan bahwa harga terjangkau ialah harga yang dapat dicapai konsumen untuk melakukan pembelian produk dengan biaya yang sudah mereka persiapkan untuk membeli produk tersebut.

- b. Harga bersaing dengan merek lain, yaitu konsumen biasanya membedakan harga produk yang mau dibeli. Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya, dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh

konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

Merutut KBBI (dalam Nurlita 2010:124) “harga bersaing adalah harga dijamin lebih murah dari pada harga yang lain”.

Menurut Amilia (dalam Nst 2017:663) mengatakan “ perusahaan menetapkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasaran”.

Jadi dari pendapat di atas dapat disimpulkan harga besaing adalah harga yang sudah dipertimbangkan oleh perusahaan pada saat akan terjadi proses jual beli antar konsumen.

- c. Pemberian diskon atau potongan harga, pihak manajemen perusahaan atau produsen memberikan potongan terhadap konsumen pada pembelian produk yang di inginkan. Menurut Assauri (dalam Nurlita 2010:125) menyatakan bahwa “Potongan harga atau diskon sering digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan jumlah penjualan dan hasil penerimaan penjualan serta *share* pasar perusahaan, perusahaan dapat memberikan potongan harga kepada pembeli yang membeli dalam jumlah besar atau kepada pembeli yang dengan tunai”.

Potongan harga atau *discount* menurut Wahjudi (dalam Asterrina 2017: 280) “merupakan salah satu bentuk dari promosi penjualan yang sering diterapkan oleh pemasar yang lebih ditujukan kepada konsumen terakhir”.

Potongan harga (*discount*) menurut Assauri (dalam Nurlita 2010:126) adalah “ Merupakan pengurangan dari harga yang ada. Pengurangan ini dapat berbentuk tunai atau pun berupa konsesi yang lain. Bentuk-bentuk potongan yang banyak dipakai antara lain :

- a) Potongan kuantitas adalah potongan harga yang ditawarkan oleh penjual agar penjual bersedia membeli dalam jumlah yang lebih besar, atau bersedia memusatkan pada penjual tersebut.
- b) Potongan dagang, juga disebut potongan fungsional (*fungsional discount*) adalah potongan harga yang ditawarkan pada pembeli atas pembayaran untuk fungsi-fungsi pemasaran yang mereka lakukan. Jadi, potongan dagang ini hanya diberikan kepada pembeli yang ikut memasarkan barangnya (penyalur)
- c) Potongan tunai adalah potongan yang diberikan kepada pembeli atas pembayaran rekeningnya pada suatu periode, dan mereka melakukan pembayarannya tepat pada waktunya.
- d) Potongan musiman, adalah potongan yang diberikan kepada pembeli yang melakukan pembelian di luar musim tertentu.

Konsumen memiliki presepsinya sendiri terhadap *discount*. bagaimana konsumen memandang harga tinggi, rendah, dan wajar mempunyai pengaruh yang kuat terhadap maksud membeli dan kepuasan membeli produk yang

diberikan *discount* menimbulkan peningkatan persepsi konsumen terhadap penghematan dan nilai yang dapat dari harga acuan.

Jadi dari uraian di atas dapat disimpulkan pemberian potongan harga atau diskon yaitu untuk mengurangi harga yang sudah ditentukan dalam daftar harga yang diberikan kepada seseorang yang bersedia melakukan suatu pembelian produk yang sudah disepakati oleh penjual, potongan harga (*discount*) dapat berupa uang atau bisa juga tambahan barang.

B. METODE PENELITIAN

Yang menjadi objek penelitian adalah pembeli yang datang ke toko rabbani cabang di kota padangsidempuan. Dan Metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif. Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh antara ke dua variabel. Sedangkan Populasi dalam penelitian yang diangkat peneliti adalah pembeli yang mengunjungi toko rabbani cabang di kota padangsidempuan. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *sampling insidental*. *Sampling insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/ insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Adapun jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 20 konsumen.

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Deskripsi Data Harga di toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan

Dari hasil pengumpulan data penelitian variabel X (Kualitas Produk) diukur dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 20 orang. Kemudian datanya diolah dengan menggunakan program SPSS untuk mencari pendeskripsian data tersebut. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6
Nilai Mean, Median dan Modus Harga (X)
Statistics

	Harga	Pendapatan Penjualan
N Valid	20	20
Missing	0	0
Mean	79,75	80,50
Median	80,00	80,00
Mode	85	80 ^a
Minimum	60	60
Maximum	95	95

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Sumber: Olahan Data SPSS Versi 22.

Berdasarkan hasil *output* diatas, maka diperoleh nilai terendahnya adalah 60 dan nilai tertingginya adalah 95. Kemudian nilai tengah (*median*) sebesar 80,00, nilai yang sering muncul (*mode*) sebesar 85. Adapun nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel X (Harga) sebesar 79,75, apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan harga di toko rabbani cabang kota padangsidempuan berada pada posisi “Baik”, artinya Harga masih kurang maksimal oleh karena itu masih perlu ditingkatkan lagi.

Tabel 7
Distribusi Frekuensi Harga Di Toko Rabbani
Cabang Kota Padangsidempuan
HARGA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 60	1	5,0	5,0	5,0
65	2	10,0	10,0	15,0
70	2	10,0	10,0	25,0
75	1	5,0	5,0	30,0
80	5	25,0	25,0	55,0
85	6	30,0	30,0	85,0
90	1	5,0	5,0	90,0
95	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa pembeli yang memperoleh nilai 60 sebanyak 1 orang (5,0%), nilai 65 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 70 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 75 sebanyak 1 orang (5,0%), nilai 80 sebanyak 5 orang (25,0%), nilai 85 sebanyak 6 orang (30,0%), nilai 90 sebanyak 1 orang (5,0%), nilai 95 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 71 sebanyak 1 orang (5,0%).

2. Deskripsi Data Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan

Dari hasil pengumpulan data penelitian variabel Y (Pendapatan Penjualan pada masa pandemi covid-19) diukur dengan menggunakan angket yang dibagikan kepada responden sebanyak 20 orang. Kemudian datanya diolah dengan menggunakan program SPSS untuk mencari pendeskripsian data tersebut. Hasil pengolahan data dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 8
Nilai Mean, Median, dan Modus Pendapatan
Penjualan Di Toko Rabbani Cabang Kota
Padangsidempuan (Y)
Statistics

	Harga	Pendapatan Penjualan
N Valid	20	20
Missing	0	0
Mean	79,75	80,50
Median	80,00	80,00
Mode	85	80 ^a
Minimum	60	60
Maximum	95	95

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown
 Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Berdasarkan hasil *output* diatas, maka diperoleh nilai terendahnya adalah 60 dan nilai tertingginya adalah 95. Kemudian nilai tengah (*median*) sebesar 80,00, nilai yang sering muncul (*mode*) sebesar 80. Adapun nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel Y (pendapatan penjualan) sebesar 80,50, apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di toko Rabbani cabang Kota Padangsidempuan berada pada posisi “Sangat Baik”, artinya Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di toko Rabbani cabang Kota Padangsidempuan Sangat baik.

Tabel 9
Distribusi Frekuensi Pendapatan Penjualan Pada
Masa Pandemi *Covid-19* Di Toko Rabbani
Cabang Kota Padangsidempuan

Pendapatan Penjualan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 60	1	5,0	5,0	5,0
65	1	5,0	5,0	10,0
70	2	10,0	10,0	20,0
75	2	10,0	10,0	30,0
80	5	25,0	25,0	55,0
85	5	25,0	25,0	80,0
90	2	10,0	10,0	90,0
95	2	10,0	10,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Dari tabel di atas dapat diketahui bahwa karyawan yang memperoleh nilai 60 sebanyak 1 orang (5,0%), nilai 65 sebanyak 1 orang (5,0%), nilai 70 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 75 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 80 sebanyak 5 orang (25,0%), nilai 85 sebanyak 5 orang (25,0%), nilai 90 sebanyak 2 orang (10,0%), nilai 95 sebanyak 2 orang (10,0%).

D. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis untuk menjawab rumusan masalah nomor 3 (tiga). Sebelum dilakukan pengujian seberapa besar Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan, maka ada beberapa tahap pelaksanaan pengujian apakah hipotesis dalam penelitian ini diterima atau ditolak. Hipotesis penelitian ini digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel yang diteliti. Berdasarkan pengujian hipotesis pada Bab II, peneliti merumuskan hipotesis penelitian yaitu “Ha : Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan. Dan “Ho : Tidak Terdapat Pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan.

1. Uji Korelasi Produk Moment

Korelasi produk moment digunakan untuk mencari arah dan kekuatan hubungan antara Kualitas Produk (x) dan Keputusan Pembelian (y), berikut hasil uji korelasi produk moment.

Tabel 10
Korelasi Produk Moment
Correlations

		Harga	Pendapatan Penjualan
Harga	Pearson Correlation	1	,967**
	Sig. (2-tailed)		,000
	Sum of Squares and Cross-products	1773,750	1652,500
	Covariance	93,355	86,974
	N	20	20
Pendapatan Penjualan	Pearson Correlation	,967**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	Sum of Squares and Cross-products	1652,500	1645,000
	Covariance	86,974	86,579
	N	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan Data SPSS versi 22

Berdasarkan hasil perhitungan *Output* SPSS Versi 22 pada tabel diatas diperoleh r_{hitung} yaitu 0,967 yang menggambarkan adanya hubungan antara pengaruh Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi *Covid-19* di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidempuan.

Berdasarkan perbandingan nilai yang sig dan a diperoleh sig = 0,000 < a = 0,05, maka kesimpulannya H_a diterima dan H_o ditolak, dengan ketentuan $r_{hitung} > r_{tabel}$ atau $0,967 > 0,422$, jadi kesimpulannya terdapat “korelasi signifikan antara Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan.

2. Uji t

Setelah diketahui adanya pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y secara bersama-sama, selanjutnya adalah dilakukan uji t statistik untuk mengetahui apakah secara parsial variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan tingkat signifikan sebesar 5% dan degree of freedom (df) = n-(k-1) Dimana apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka hipotesis diterima, dengan kata lain variabel X secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka hipotesis ditolak.

Tabel 11 Uji t Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-	5,020		-.23	,826
Pendapatan Penjualan	1,005	,062	,967	16,210	,000

a. Dependent Variable: Harga

Sumber : Data Olahan SPSS versi 22

Berdasarkan hasil perhitungan *outputs* SPSS Versi 22 pada tabel 11 untuk pengujian hipotesis diperoleh nilai $t_{hitung} = 16,210$ sedangkan $t_{tabel} = 2,093$, maka diperoleh nilai $t_{hitung}(16,210) > t_{tabel}(2,093)$ dengan nilai sig = 0,000 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% = 0,05. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai sig. lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a diterima dan H_o ditolak dan hipotesis dapat diterima dan disetujui kebenarannya.

3. Uji Koefisien Determinasi

Pengujian koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui persentase sumbangan pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan pengolahan data dengan bantuan

program SPSS Versi 22 didapatkan hasil sebagai berikut :

Tabel 12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,967 ^a	,936	,932	2,513

a. Predictors: (Constant), Pendapatan Penjualan
Sumber : Data Olahan SPSS V22

Berdasarkan hasil pengujian seperti disajikan pada tabel 12 diatas, dapat dilihat Koefisien Determinasi R Square sebesar 0,936. Hasil ini menunjukkan bahwa kontribusi variabel X (Harga) dapat memberikan sumbangan pengaruh terhadap variabel Y (Pendapatan Penjualan) sebesar 93,6 % dan sisanya sebesar 50,7% lagi dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

E. KESIMPULAN DAN SARAN

1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan sebagaimana diuraikan dan dijelaskan pada bagian terdahulu, maka penulis menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

- Gambaran Peningkatan Harga (X) di kota Padangsidimpuan memperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 79,75, apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan Peningkatan Harga di Toko Rabbani Cabang kota Padangsidimpuan berada pada posisi “Baik”, artinya Harga di Toko Rabbani Cabang kota Padangsidimpuan sudah baik namun perlu ditingkatkan.
- Gambaran pendapatan penjualan pada masa pandemi covid-19 (Y) di kota Padangsidimpuan, Berdasarkan hasil output data keputusan pembelian pada tabel 8, diperoleh nilai rata-rata (*mean*) untuk variabel Y (pendapatan penjualan pada masa pandemi covid-19) dengan nilai 80,50, apabila dikonsultasikan pada kriteria penilaian yang terdapat pada BAB III tabel 4, maka posisi keberadaan pendapatan penjualan pada masa pandemi covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan berada pada posisi “Sangat Baik”, artinya pendapatan penjualan pada masa pandemi covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan sudah maksimal.
- Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel 11, diperoleh nilai $t_{hitung}(16,210) > t_{tabel}(2,093)$ dengan nilai sig = 0,000 pada taraf kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% = 0,05. Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa nilai sig. lebih kecil dari $\alpha = 0,05$ (0,000 < 0,05). Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga

Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan.

2. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan data yang diperoleh bahwasanya Peningkatan Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan.. Hasil penelitian ini digunakan sebagai masukan dalam meningkatkan Harga Terhadap Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan dan sebagai masukan dalam meningkatkan Pendapatan Penjualan Pada Masa Pandemi Covid-19 di Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan.

3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi hasil penelitian di atas, adapun yang menjadi saran penulis adalah sebagai berikut :

- Bagi toko Rabbani untuk dapat meningkatkan kualitas produk untuk merancang strategi yang lebih efektif agar memperkuat minat beli konsumen terhadap produk di toko Rabbani.
- Sebagai masukan bagi perusahaan agar lebih meningkatkan pemasaran, promosi dan lain sebagainya yang nantinya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen terhadap produk yang ada di toko Rabbani.
- Kepada peneliti selanjutnya, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi serta dapat melanjutkan penelitian ini dengan melihat sisi lain dari masalah yang sudah ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Ana Yusti, Manager Toko Rabbani Cabang Kota Padangsidimpuan, wawancara dengan penulis.
- Arikunto, Suharsimi.2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suri, amalia.2017. *Pengaruh Citra merek, harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa*. Jurnal Manajemen Dan Keuangan Vol.6.No.1 Mei 2017
- Bungin, Burhan. 2010. *Metodologi Penelitian Kuantitatif. Edisi Pertama*. Jakarta : Kencana Pren Media Group
- Dyckman,2002, *pengaruh harga,pendapatan dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di d'kranji residence tahap II bekasi barat*.
- Mursid, M. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor,Juliansyah.2011. *Metode Penelitian*. Jakarta: kencana
- Nurlita.2017.*faktor yang mempengaruhi dalam penetapan harga*.
- Hannum,Nurlaila,2017, *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di kota Kuala Simpang*.
- Ridwan.2013. *Dasar-dasar Statistik*.Bandung: Alfabeta.
- Riyono, 2016, *Pengaruh kualitas produk,harga,promosi dan brand image terhadap keputusan pembelian produk aqua*.
- Samuelson dan nordhaus, 2005, *analisis faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang kaki lima di kota kuala simpang*.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suroto, 2000, *factor-factor yang mempengaruhi pendapatan perkerja wanita sebagai ibu rumah tangga*.
- Suryani & Hendryadi. 2015. *Metode Riset Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sa'ad,Nabila,Walia, 2017 *pengaruh e commerce terhadap peningkatan pendapatan sentra industry kripik pisang Bandar lampung ditinjau dari bisnis islam*.
- Sihura,Vianu,Kalvin, 2019 *Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan pedagang sayur mayur di kota medan*.
- Silalahi Ulber.2012. *metode penelitian manajemen : Bandung, Alfa Beta*.
- Swasta.2010. *pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian produk*.
- Utami,Budi,Anisa,2015, Fortuna Zain Hamid dan Mawarta. *Pengaruh harga, pendapatan dan lokasi terhadap keputusan pembelian rumah di D'kranji residence tahap II bekasi barat*. Jurnal Epigram.