

SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PRODUK DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JAM TANGAN
ALEXANDRE CHRISTIE DI TOKO SINAR ARLOJI**



Disusun Oleh :

Kris Yehuda Yohanes

2024200003

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG
PALEMBANG
2024**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MULTI DATA PALEMBANG**

Program Studi Manajemen
Skripsi Sarjana Ekonomi
Semester Genap Tahun 2024

**PENGARUH HARGA, PROMOSI, PRODUK DAN TEMPAT TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JAM TANGAN ALEXANDRE CHRISTIE DI
TOKO SINAR ARLOJI**

Kris Yehuda Yohanes

2024200003

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Harga, Promosi, Produk dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie di Toko Sinar Arloji. Pengukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan metode *non-probability sampling, purposive sampling*. Pengambilan data yang dilakukan dengan menggunakan kuesioner dengan skala likert. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda dengan uji SPSS' Versi 25. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga, Promosi, Produk dan Tempat berpengaruh signifikan dan positif secara parsial maupun simultan terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie di toko Sinar Arloji.

Kata Kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Promosi, Produk dan Tempat

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Generasi milenial saat ini tidak asing lagi dengan kemajuan teknologi yang semakin mutakhir dalam hal mengakses informasi, termasuk informasi seputar dunia *fashion*. *Trend fashion* Indonesia dipengaruhi oleh budaya luar yang melihat berbagai perubahan yang terjadi selama perkembangan tren tersebut. *Trend fashion* dapat berkaitan dengan gaya pakaian, perhiasan, dan aksesoris yang menjadi populer selama periode waktu tertentu. Selain itu, *tren fashion* juga merupakan representasi dari status sosial dan ekonomi, yang mendefinisikan popularitas. Dalam perkembangan awalnya, trend fashion di Indonesia cenderung meniru gaya barat baik itu dalam bahan yang digunakan maupun dalam desain (Annisa Mega,2019). Tren fashion dapat berupa pakaian beserta aksesorisnya. Fashion aksesoris yang banyak peminatnya seperti perhiasan dan jam tangan, sebagian besar orang suka menggunakan jam tangan, karena bisa mengingatkan sebagian orang mengenai waktu. Awalnya jam tangan hanya memiliki bentuk yang biasa saja dan sedikit perusahaan besar yang menjual jam tangan bermerek. Tred saat ini semakin banyak jam tangan dengan merek baru yang dapat diterima oleh pasar, sehingga persaingan antara industri jam tangan dalam hal kualitas produk dan model jam tangan akan semakin meningkat di masa depan. Jam tangan sendiri merupakan salah satu

komponen penting dalam dunia mode, yang kerap menarik perhatian para penggemar *fashion*. Setiap tahun, dapat menyaksikan perubahan tren dalam dunia jam tangan ini (Mavellyno Vedhitya,2023).

Hal ini membuat persaingan dalam industri jam tangan semakin ketat. Perkembangan industri aksesoris, terutama jam tangan, di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat cepat, menurut data Indek Databoks, jam tangan di Indonesia mengalami peningkatan dalam skala pembelian di tahun 2023 dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 pembelian jam tangan menurun menjadi 40 % dari 59% di tahun sebelumnya dikarenakan adanya pandemi, namun terjadi peningkatan sebesar 50% di tahun 2023, karena pandemi telah usai dan keadaan kembali telah menjadi normal.(Ayu Rizaty,2023).

Peningkatan jumlah produk Jam Tangan asing yang beragam di Indonesia saat ini menunjukkan bahwa pangsa pasar Jam Tangan di Indonesia masih sangat besar dan luas. Merek-merek seperti Alexandre Christie, Guees, Police, Nautica, Seiko, Casio, dan lainnya menjadi pionir dalam perkembangan Industri Jam Tangan di Indonesia. Keberagaman model Jam Tangan dalam satu merek merupakan hasil dari persaingan yang ketat dalam upaya menjadi brand yang terkenal (Han, 2022)

Salah satu jam tangan yang banyak diminati adalah alexander christie. Pada awalnya, jam Alexandre Christie masih terdengar asing dan diragukan kualitas serta ketahanannya. Namun, saat ini jam tangan ini telah terbukti memiliki kualitas yang baik dan model yang ditawarkan selalu memiliki keunikan

tersendiri yang tidak didapat dari merek lain. Hal ini terlihat dari meningkatnya minat dan penjual yang menawarkan produk ini. Di kota Palembang, merek jam tangan Alexandre Christie telah menjadi merek yang terkenal dan banyak digunakan oleh anak remaja hingga orang dewasa. Harga yang di tawarkan juga terjangkau, mulai dari Rp.500.000,- hingga jutaan rupiah. Harga yang ditawarkan tidak pernah mengecewakan sesuai dengan kualitas yang diberikan. Jam Alexandre Christie selalu menghadirkan model yang terbaru dan bervariasi, sehingga para pelanggan selalu menantikan kehadiran model baru tersebut. Alexandre Christie merupakan jam tangan paling banyak diminati oleh para konsumen sebagai salah satu merek jam mereka.

Kota Palembang merupakan salah satu kota yang cukup banyak pengusaha toko jam yang menjual jam tangan merek jam Alexandre Christie. Merek jam ini semakin banyak diminati oleh banyak orang ditunjukkan oleh perkembangan penjualan produk jam tangan tersebut yang semakin meningkat dari tahun 2021 hingga tahun 2023 (sumber Dari IndeksDataBoks. 2023). Berikut penulis lampirkan peningkatan penjualan jam Alexandre Christie di Indonesia :

Tabel 1 1 Tabel Perkembangan Pembelian Jam Tangan Alexander christie di Indonesia tahun 2021 - 2023

Tahun	2021	2022	2023
Persen	39%	45%	50%

Sumber : IndeksDataBoks, 2024

Bagi generasi ini, fashion dianggap sebagai simbol kepercayaan diri dalam mengambil keputusan pembelian termasuk barang-barang yang mereka beli. Kondisi ini menyebabkan persaingan sengit bagi Jam tangan Alexandre Christie di pasar, yang berimbas pada harga, promosi, produk dan tempat terhadap keputusan pembelian jam tangan di Kota Palembang. Ancaman ini secara jelas dapat mengganggu eksistensi jam tangan Alexandre Christie di antara masyarakat, khususnya di Kota Palembang.

Banyak faktor yang menyebabkan penurunan penjualan pada tahun 2021, seperti keadaan setelah Covid-19, yang mengharuskan semua orang untuk bergerak dalam keadaan *new normal*, lalu mengalami peningkatan seiring berjalannya waktu dengan keadaan normal kembali. Salah satu toko jam yang cukup terkenal dan besar di kota Palembang adalah Toko Sinar Arloji yang terletak pada Jalan Angkatan 45, Palembang Square Mall Lt. 2, merupakan salah satu toko jam tangan yang menjual jam Alexandre Christie. Toko Sinar Arloji sendiri mulai beroperasi dari hari senin hingga minggu mulai dari pukul 10.00 pagi hingga 22.00 malam. Berikut penulis lampirkan data penjualan jam merek Alexandre Christie mulai dari tahun 2021 hingga 2023

Tabel 1 2 Data Penjualan Jam Alexandre Christie pada Toko Jam Sinar Arloji Tahun 2021 - 2023

Bulan	Tahun		
	2021	2022	2023
Januari	145	200	212
Februari	170	195	234
Maret	163	187	282
April	107	230	196
Mei	112	200	203
Juni	176	211	275

Juli	189	254	300
Agustus	202	296	264
September	194	239	226
Oktober	221	221	232
November	213	183	296
Desember	196	234	311
Total	2088	2650	3031

Sumber : Toko Sinar Arloji,2024

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat pada data pembelian jam tangan Alexandre Christie di toko Sinar Arloji dari periode Januari 2021 hingga Desember 2023. Volume pembelian jam tangan mengalami penurunan dan kenaikan penjualan dalam beberapa bulan tertentu. Seperti pada tahun 2021 volume penjualan mengalami penurunan karena adanya masa pandemi COVID-19, yang dimana terjadinya kebijakan pembatasan aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat. Selain itu terjadi peningkatan juga disebabkan oleh banyak faktor, salah satu faktornya hari raya idul fitri yang dimana banyak orang membeli pakaian hingga aksesoris baru sebagai bentuk menyambut hari besar.

Toko Sinar Arloji merupakan bukan satu-satunya toko jam tangan yang ada di Palembang Square Mall, terdapat toko jam yang ada disekitar Sinar Arloji seperti tertera pada tabel 1.2 sebagai berikut :

Tabel 1 3 Pesaing yang ada di sekitar Toko Sinar Arloji

No	Nama Toko Jam	Alamat
1.	New Watch	Palembang Square Mall, Lt.1 Lorok Pakjo Palembang
2.	My Watch	Palembang Square Mall Lt.1 Lorok Pakjo Palembang
3.	Mahkota Watch	Palembang Square Mall, Lt. 2 Lorok Pakjo Palembang

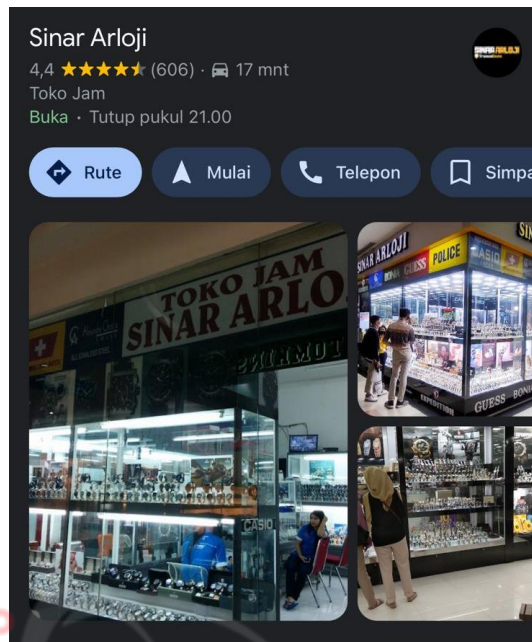
4.	Ontime Watch	Palembang Square Mall Lt.2 Lorok Pakjo Palembang
5.	Graha Arloji	Ruko Palembang Square Mall Palembang

Sumber : Penulis, 2024

Pada tabel 1.2 dapat dilihat pesaing yang berada disekitar toko Sinar Arloji yang dimana masing-masing pesaing tersebut juga menjual dan menawarkan produk jam Alexandre Christie, dimana produk yang dijual juga memiliki karekteristik dan jenis yang sama, namun dengan harga yang berbeda.

Dalam menjualkan produk jam tangan toko Sinar Arloji memiliki komitmen untuk menawarkan produk-produk yang berkualitas, dengan harga yang terjangkau oleh semua kalangan. Penjualan jam tangan alexandre christie sendiri di toko jam Sinar Arloji dalam satu hari bisa mencapai 10 sampai 15 buah.

Toko Sinar Arloji merupakan toko jam di kota Palembang yang cukup banyak peminatnya dengan banyaknya review yang diberikan oleh konsumen melalui google maps, berikut merupakan hasil review yang diberikan oleh konsumen :



Sumber : Toko Sinar Arloji, 2024

Gambar 1.1 Ulasan Konsumen yang diberikan kepada Sinar Arloji

Gambar 1.1 menunjukkan bahwa toko Sinar Arloji memiliki rantingg 4,4, yang menunjukkan bahwa banyak orang yang menyukai dan membeli jam tangan di toko Sinar Arloji yang ditunjukkan oleh 606 ulasan konsumen. Toko Sinar Arloji juga dapat diakses melakuk platform online seperti instagram. Toko sinar arloji juga menggunakan pengantara online seperti gojek dan grab sebagai pengantaran barang untuk ke konsumen mereka, bagi konsumen yang tidak dapat datang secara langsung ke toko, dapat melakukan pembelian lewat whatsapp maupun pesan di instagram.

Menurut Kottler & Keller, 2016 (Dalam Muh Asdar,2023), menyatakan ada beberapa faktor yang menyebabkan konsumen memutuskan untuk melakukan pembelian produk yaitu harga, promosi, produk dan tempat. Menurut Tjiptono (2020, p. 22), keputusan pembelian merupakan komponen perilaku konsumen yang terdiri dari tindakan yang secara langsung terlibat dalam proses

memperoleh, menentukan produk dan jasa, termasuk proses pengambilan keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan tersebut. Keputusan pembelian mencakup seluruh proses yang dimulai sebelum pengambilan keputusan dan berakhir setelah pengambilan keputusan. Keputusan pembelian adalah kerangka kinerja berupa proses pemilihan alternatif-alternatif yang melibatkan dalam usaha untuk menentukan pilihan produk atau jasa yang akan dibeli yang akan dipengaruhi oleh berbagai faktor baik faktor internal pembuat keputusan, lingkungan sosial, situasi, dan faktor-faktor lainnya dari sejak pengambilan keputusan tersebut belum dilakukan hingga setelah pembelian itu sendiri telah diputuskan.

Sementara menurut Menurut Buchori Alma (dalam Indrasari 2019, p. 39) secara umum harga Harga dapat berupa jumlah uang yang harus dibayar untuk jasa atau nilai yang dibayarkan konsumen untuk produk atau jasa yang mereka manfaatkan saat menggunakannya. Oleh karena itu, harga pada hakikatnya adalah nilai yang diberikan pembeli kepada penjual atau penyedia jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli terkait dengan suatu barang atau jasa. Harga jual yang ideal dan terjangkau dapat menarik para perhatian konsumen di pasaran, apalagi jika kita menarik perhatian para pelanggan dengan memberikan diskon ataupun promo barang yang kita jual di toko. Toko Sinar Arloji, menjual jam tangan Alexandre Christie dengan harga yang terjangkau di pasarannya dan pesaing. Harga yang ditawarkan juga sesuai dengan produk pilihan konsumen.

Menurut Kotler, & Keller (Dalam Edwin Z, 2020, p. 113) Promosi adalah sebuah cara komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan untuk menyampaikan informasi sebuah produk kepada konsumen agar konsumen tertarik membeli. Promosi juga berarti membuju konsumen untuk mengetahui lebih jauh mengenai produk dan mengenali produk, sehingga konsumen dapat mempertimbangkan untuk memutuskan membeli produk. Promosi adalah upaya untuk mengiklankan atau menjual barang untuk mendorong pelanggan untuk membeli. Oleh karena itu, seorang pemilik usaha mengharapkan peningkatan penjualan produk yang dipromosikan. Perusahaan pesaing menggunakan berbagai metode untuk mempromosikan produk mereka. Akibatnya, dia harus memiliki pendekatan unik untuk mempromosikan produk ini. Menjalankan promosi tidak hanya mempromosikan barang, tetapi juga menarik pembeli. Diskon atau voucher belanja. Toko Sinar Arloji telah melakukan banyak promosi untuk meningkatkan penjualan jam tangan dengan cara melakukan promosi di instagram dengan memberikan potongan harga maupun promo kepada konsumen yang telah membeli banyak produk jam tangan alexandre christie secara bersamaan.

Menurut Menurut Kotler & Amstrong (dalam Indrasari 2019; p.26) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk menarik perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi guna memenuhi keinginan atau kebutuhan. Secara konseptual, produk merupakan pemahaman subjektif dari produsen mengenai suatu hal yang dapat ditawarkan sebagai upaya mencapai tujuan organisasi melalui pemenuhan kebutuhan dan kegiatan konsumen, sesuai

dengan kompetensi dan kapasitas organisasi serta daya beli pasar. Selain itu, produk juga dapat didefinisikan sebagai persepsi konsumen yang dijelaskan oleh produsen melalui hasil produksinya. Konsumen menganggap produk penting dan menjadikannya dasar dalam pengambilan keputusan pembelian. Toko Sinar Arloji selalu memastikan produk yang dijual selalu lengkap dan dengan kualitas yang terjamin. Kelengkapan dari produk juga menjadi acuan bagi konsumen untuk membeli.

Menurut Menurut Swastha (2019), tempat adalah tempat di mana suatu usaha atau aktivitas usaha dilakukan. Namun, menurut Kasmir, tempat adalah lokasi atau tempat untuk menampilkan barang yang dijual. Dalam hal ini, pelanggan dapat pergi ke toko dan melihat produk dan merasakan produk yang dijual secara langsung. Tempat juga menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen untuk membeli, akses tempat yang strategis dan mudah di gapai juga menjadi kemudahan bagi konsumen. Toko Sinar Arloji, tempat yang disediakan juga luas dan terang, dengan menyediakan tempat duduk bagi konsumen dan etalase jam yang lengkap membuat para konsumen merasa tepat memilih jam yang akan dibeli.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh (Samuel Christian & Abdullah, 2019) yang berjudul “Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan pembelian jam Tangan Merek Matoi”. Berdasarkan Uji t diperoleh nilai t hitung variabel penelitian yaitu harga (0,366), produk (0,836), promosi (1,041) dan tempat (8,807) jika dibandingkan dengan t tabel (1,664). Dari data di atas dapat diketahui hanya satu variabel yang t hitungnya > t tabel,

yaitu pada variabel tempat. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada uji t (parsial) ke 4 variabel independen ini tidak seluruhnya mempengaruhi secara signifikan terhadap variabel dependen (Keputusan Pembelian).

Penelitian Selanjutnya yang dilakukan oleh (Dio Diva, Tinneke dan Olivia Walangitan,2021) yang berjudul “Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Classic Watches.id”. berdasarkan hasil diatas dapat diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,002 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,579 > t$ tabel $2,014$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh variable produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,00 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,010 > t$ tabel $2,014$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H2 diterima yang berarti terdapat pengaruh variable harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh X3 terhadap Y adalah $0,02 < 0,05$ dan nilai t hitung $2,755 > t$ tabel $2,014$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang berarti terdapat pengaruh variable promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y). Diketahui nilai signifikannya untuk pengaruh X4 terhadap Y adalah $0,03 < 0,05$ dan nilai t hitung $3,665 > t$ tabel $2,014$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 diterima yang berarti terdapat pengaruh variable tempat (X4) terhadap keputusan pembelian (Y).

Penelitian selanjutnya yang dilakukan oleh (Baruna Hadi, Shilvana Husani dan Hapzi Ali, 2018) yang berjudul “*The Influence Of, Product, Price, Place And Promotion To Purchase Decision On Nichi Watch in PT. Jaya Harsa*”.

Berdasarkan hasil yang telah didapatkan bahwa harga (X1) produk nilai t hitung $2,501 > t$ tabel $1,981$ dan tingkat signifikansi $0,014 < 0,05$ atau H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan produk variabel parsial kualitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nichi di PT Jaya Swarasa Agung. Harga, nilai t hitung $3,379 > t$ tabel $1,981$ dan tingkat signifikansi $0,001 < 0,05$ atau H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan harga variabel parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Nichi di PT Jaya Swarasa Agung. Promosi, nilai t hitung $6,925 > t$ tabel $1,981$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan variabel parsial promosi berpengaruh signifikan terhadap pembelian keputusan produk Nitchi di PT Jaya Swarasa. tempat, nilai t hitung $6,478 > t$ tabel $1,981$ dan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$ atau H_0 ditolak dan H_a diterima, maka dapat dinyatakan lokasi variabel parsial.

Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya, peneliti cukup tertarik dengan fenomena yang terjadi dengan begitu peneliti ini melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Harga, Promosi, Produk dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie di Toko Sinar Arloji”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang didapat adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh harga, promosi, produk dan tempat berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Toko sinar arloji?
2. Bagaimana pengaruh harga, promosi, produk dan tempat berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian jam Alexandre Christie di Toko sinar arloji?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Dari latar belakang yang telah dibuat diatas, maka ruang lingkup penelitian yang akan digunakan oleh penulis yaitu harga, promosi, produk dan tempat terhadap keputusan pembelian. Objek yang dipilih penulis dalam penelitian ini adalah Toko Sinar Arloji yang berada di jalan Angkatan 45, Lorok Pakjo, Lantai 2 Palembang Square Mall, Palembang.

1.4 Tujuan Penelitian

Dari latar belakang masalah maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji dan membuktikan secara parsial pengaruh harga, promosi, produk dan tempat terhadap keputusan pembelian di toko sinar arloji
2. Untuk menguji dan membuktikan secara simultan pengaruh harga, promosi, produk dan tempat terhadap keputusan pembelian di toko sinar arloji

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Manfaat yang didapat dalam penulisan ini hendaknya dapat menambah ilmu dan wawasan bagi penulis.

2. Bagi Objek Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini hendaknya di jadikan bahan evaluasi lebih lanjut oleh subjek untuk membantuk subjek mengembangkan, mengetahui dan bahan evaluasi bagi toko untuk berkembang selanjutnya keputusan pembelian sehingga dapat menjadi sasaran dalam mengembangkan strategi harga, produk, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian di toko sinar arloji.

3. Bagi Penelitian

Bagi kepentingan peneliti selanjutnya, hendaknya penelitian ini dapat diajukan sebagai perbandingan penelitian dan tambahan informasi bagi pembaca terkait pengaruh harga, promosi, produk dan tempat terhadap keputusan penelitian di toko sinar arloji.

1.6 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab I, peneliti akan membahas tentang konteks masalah, cara rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian secara sistematis.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II, peneliti akan membahas teori-teori tinjauan pustaka yang terdiri dari landasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran dan hipotesis penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada Bab III, penelitian akan membahas mengenai metode penelitian yang digunakan, mulai dari pendekatan, objek, subjek, populasi dan sampel penelitian, serta jenis, sumber data, teknik yang digunakan dalam mengumpulkan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada Bab IV, peneliti akan membahas mengenai isi dari gambaran umum penelitian yang dilakukan yang terdiri dari objek penelitian, hasil penelitian dan juga pembahasan penelitian.

BAB V KESIMPULAN

Pada Bab V, peneliti akan membahas ringkasan dari pembahasan dan juga saran yang diberikan terhadap penelitian ini dan penelitian selanjutnya yang akan dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Asdar, Muh (2023). *Manajemen Pemasaran Perusahaan*. Lajangoe Pustaka. Sinderreng Rappang.
- Dedi, K. Edy, S. Rieke, K. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian Jam Tangan pada Toko Jam Putra Rukun Jaya Kediri*. Diakses 6 Maret 2024
- Dio, D. Tinneke, Olivia. W (2021). *Pengaruh Produk, Harga, Tempat dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Classic Watches.id*. Diakses 4 Maret 2024 dari ejournal unsra.
- Ghozali, Imam.(2018). *Aplikasi Analisis Multivariete IBM SPSS 25*. Jawa Tengah: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Han (2022). *Jam Tangan Lokal*. Diakses 8 Maret 2024 dari mediaindonesia.com
- Indrasari,Dr.Meithiana. (2019). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Uitomo Press.
- Mega, Annisa (2019). *Tren Fashion Masa Kini*. Diakses 7 Maret 2024 dari highlight.id
- Rahmat, A (2023). *Terjadinya Peningkatan Pembelian Jam Tangan dari Tahun Sebelumnya*. Diakses 8 Maret 2024
- Riyadi, Muschlisin (2020). *Keputusan Pembelian*. Jakarta
- Rizaty, Ayu (2023). *Pertumbuhan Jam Makin Membaik*. Diakses 6 Maret 2024 dari Kompas.com
- Samuel, C. Abdullah (2019). *Pengaruh Harga, Produk, Promosi dan Tempat terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Merek Matoa*. Diakses 4 Maret 2024 dari ejournal
- Sri, Muyani. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Merek Lorenzo di Toko Mutiara Arloji*. Diakses 3 Maret 2024 dari Jurnal UNFA

Sugiyono, Prof. Dr. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta 2019.

Tjiptoni, F. (2018). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta : ANDI

Tjiptono, F. (2020). *Strategi pemasaran: prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi

Usman, Osly & Khorri Nadila (2020). *Effect of Products, Promotion, Price and Location of Buying Decisions*. Diakses 28 Maret 2024 dari Jurnal

Vedhitya, Marvellyno (2023). *Menelik Tren Jam Tangan Saat ini*. Diakses 6 Maret 2024 dari Marketeers