

## DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, Vionna. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan." *JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen* 4.1 (2019).
- Agus Tri Basuki, Nano Prawoto. (2019). *Analisis Regresi Dalam Penelitian Ekonomi & Bisnis*. Rajawali Pers. Depok.
- Agustina, Devi, Mahilda Anastasia Putri, and Mochammad Givary Ramadhan. "Pemetaan Riset Strategi Pemasaran Bank Syariah: Analisis Bibliometrik." *Malia: Jurnal Ekonomi Islam* 12.2 (2021): 225-242.
- Arief, Moch Noer. "Pengaruh Kualitas Produk dan Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Ziva Ro di Desa Banjarwati Kecamatan Paciran Kabupaten Lamongan." *Al-Muzdahir: Jurnal Ekonomi Syariah* 2.1 (2020): 165-182.
- Bakharudin Yusuf, Reza. Pengaruh direct marketing dan personal selling terhadap keputusan pembelian keripik singkong "singkongku" di desa danasari kecamatan bojong kabupaten tegal. diss. universitas pancasakti tegal, 2019.
- Chandra, Evelyn. "Hubungan Direct Marketing dan Personal Selling Terhadap Keputusan Pembelian Pie Elis." *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis* 1.4 (2016): 414-423.
- Fitriasti, Nur Aisyah, and Donni Juni Priansa. "Strategi Direct Marketing Dalam Rangka Merangsang Minat Penggunaan Produk Indihome." *eProceedings of Applied Science* 7.4 (2021).
- Fuadah, Zakiyatul. Pengaruh promosi, persepsi harga, kepercayaan dan keragaman produk terhadap minat beli konsumen saat pandemi covid-19 (studi kasus pada mahasiswa pengguna shopee di universitas muhammadiyah magelang). diss. skripsi, universitas muhammadiyah magelang, 2021.
- Ghozali, Imam (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss* 25. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanifah, Nurul, and Dedi Rianto Rahadi. "Analisis perilaku konsumen dalam memutuskan pembelian secara online pada masa pandemi Covid-19." *SULTANIST: Jurnal Manajemen dan Keuangan* 8.2 (2020): 112-122.
- Indika, Deru R., and Cindy Jovita. "Media sosial instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen." *Jurnal Bisnis Terapan* 1.01 (2017): 25-32.



- Kusnandri, Aji, Muhammad Mansur, and M. Hufron. "Pengaruh direct marketing, sales promotion dan persepsi harga terhadap minat beli konsumen (Studi Kasus Pada Pengguna Paket Data Internet Indosat Ooredoo Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen* 7.7 (2018).
- Mamahit, Brenda VB, Silvy L. Mandey, and Rotinsulu J. Jorie. "Analisis Strategi Pemasaran Jasa Cv. Caritas Dei Nobiscum Untuk Meningkatkan Daya Saing." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 9.3 (2021): 892-901.
- Mubarok, Dadan Abdul Aziz. "Pengaruh Celebrity Endorsement terhadap Minat Beli Konsumen." *Jurnal Indonesia Membangun* 15.3 (2016): 1-16.
- Nurcholifah, Ita. "Strategi marketing mix dalam perspektif syariah." *Jurnal Khatulistiwa LP2M IAIN Pontianak* 4.1 (2014): 73-86.
- Pakpahan, Manuntun. "Strategi meingkatkan minat beli ulang aptek terhadap produk obat pt novell pharmaceutical labs Medan." *Jurnal Manajemen dan Akuntansi Medan* 2.2 (2020).
- Puspita, Nungky. "Pengaruh Program Direct Marketing Terhadap Customer Relationship Management Pada Function Room Di Harris Hotel Sentul City Bogor." *Jurnal Manajemen Perhotelan* 5.2 (2019): 82-93.
- Putra, Willy Wibowo. *Pengaruh persepsi harga dan electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian online: Studi pada konsumen Erigo Official Shop Shopee. co. id di Kota Malang*. Diss. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, 2021.
- Sabar, David R., Lisbeth Mananeke, and Bode Lumanauw. "Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendea." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8.1 (2020).
- Sabar, David R., Lisbeth Mananeke, and Bode Lumanauw. "Pengaruh Ekuitas Merek, Atribut Produk dan Direct Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Pada PT Hasjrat Abadi Manado Tendea." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 8.1 (2020).
- Samosir, Charlie Bernando Halomoan, and Arief Bowo Prayoga. "Jurnal Pengaruh Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-c." *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* 1.3 (2015): 96826.



- Satria, Arief Adi. "Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36." *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2.1 (2017): 45-53.
- Savitri, I. A. P. D., and I. Made Wardana. "Pengaruh citra merek, kualitas produk dan persepsi harga terhadap kepuasan dan niat beli ulang." *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7.10 (2018): 5748-5782.
- Sianipar, Gloria JM. "pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa transportasi ojek online (studi pada pelanggan grabbike di kota medan)." *jurnal manajemen dan bisnis* (2019): 183-196.
- Tantono, Aldo Antonius. "Pengaruh Promotion Mix Terhadap Minat Beli Konsumen Strap." *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis* 2.6 (2018): 815-824.
- Totok Subianto. (2007). Studi Tentang Perilaku Konsumen Beserta Implikasinya Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Modernisasi*.
- Widodo, Slamet. "Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)." *JEpa* 4.1 (2019): 84-90.



## LAMPIRAN

Data responden

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	USIA	DAERAH
1	NIKEN	PEREMPUAN	30 TAHUN	Menden
2	RAHAYATI	PEREMPUAN	50 TAHUN	Menden
3	YANIK	PEREMPUAN	37 TAHUN	Menden
4	KASMANTO	LAKI-LAKI	46 TAHUN	Menden
5	TATIK	PEREMPUAN	39 TAHUN	Wado
6	MARYATI	PEREMPUAN	51 TAHUN	Menden
7	YONO	LAKI-LAKI	56 TAHUN	Wado
8	DAMIN	LAKI-LAKI	42 TAHUN	Menden
9	BISRI	PEREMPUAN	40 TAHUN	Menden
10	YANTO	LAKI-LAKI	37 TAHUN	Wado
11	YOSSO	PEREMPUAN	53 TAHUN	Menden
12	WARIDIN	PEREMPUAN	61 TAHUN	Menden
13	EDY	LAKI-LAKI	36 TAHUN	Wado
14	SAMSUTI	PEREMPUAN	33 TAHUN	Wado
15	JUMIRAN	LAKI-LAKI	38 TAHUN	Menden
16	WAHYUDI	PEREMPUAN	59 TAHUN	Menden
17	DIDIK	LAKI-LAKI	45 TAHUN	Menden
18	MARIYONO	PEREMPUAN	54 TAHUN	Menden
19	MARGONO	LAKI-LAKI	50 TAHUN	Menden
20	JURI	LAKI-LAKI	41 TAHUN	Wado
21	HIN	PEREMPUAN	53 TAHUN	Menden



22	ANAS	LAKI-LAKI	41 TAHUN	Wado
23	KHUSAINI	PEREMPUAN	49 TAHUN	Wado
24	OKTA	PEREMPUAN	39 TAHUN	Menden
25	HUSEN	PEREMPUAN	42 TAHUN	Menden
26	SUMARNO	LAKI-LAKI	41 TAHUN	Menden
27	SUPARJI	LAKI-LAKI	41 TAHUN	Menden
28	SUMARIYONO	LAKI-LAKI	30 TAHUN	Wado
29	MIN	PEREMPUAN	48 TAHUN	Wado
30	ROKIM	LAKI-LAKI	58 TAHUN	Wado
31	SURATI	PEREMPUAN	45 TAHUN	Menden
32	MEY	LAKI-LAKI	56 TAHUN	Menden
33	MINI	PEREMPUAN	48 TAHUN	Menden
34	ALDY	PEREMPUAN	39 TAHUN	Menden
35	WANDI	LAKI-LAKI	41 TAHUN	Wado
36	SULASTRI	PEREMPUAN	39 TAHUN	Menden
37	ARI	LAKI-LAKI	50 TAHUN	Wado
38	SRI	PEREMPUAN	47 TAHUN	Wado
39	PUR	LAKI-LAKI	53 TAHUN	Menden
40	JAEMAN	PEREMPUAN	61 TAHUN	Menden
41	SUKIMAN	LAKI-LAKI	56 TAHUN	Menden
42	NINGSIH	PEREMPUAN	40 TAHUN	Wado
43	SANTOSO	LAKI-LAKI	51 TAHUN	Menden
44	PRI	LAKI-LAKI	47 TAHUN	Wado
45	SOLIKIN	LAKI-LAKI	43 TAHUN	Wado



46	SUWOTO	LAKI-LAKI	50 TAHUN	Wado
47	SURATMAN	LAKI-LAKI	55 TAHUN	Menden
48	DANANG	LAKI-LAKI	50 TAHUN	Menden
49	KASDI	LAKI-LAKI	48 TAHUN	Wado
50	ARIF	LAKI-LAKI	53 TAHUN	Wado
51	QONAAH	PEREMPUAN	42 TAHUN	Menden
52	YUDI	PEREMPUAN	42 TAHUN	Wado
53	AMIR	LAKI-LAKI	60 TAHUN	Wado
54	YON	LAKI-LAKI	58 TAHUN	Menden
55	MUHADI	LAKI-LAKI	45 TAHUN	Wado
56	TARMIDZI	LAKI-LAKI	50 TAHUN	Wado
57	SARI	PEREMPUAN	36 TAHUN	Menden
58	NUR	LAKI-LAKI	49 TAHUN	Wado
59	MAPUAH	PEREMPUAN	45 TAHUN	Wado
60	AMIN	LAKI-LAKI	61 TAHUN	Menden

Sumber : Hasil tabulasi data,2022



## KUESIONER PENELITIAN

### “ PENGARUH *DIRECT MARKETING* DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN DI TOKO RAJAWALI CEPU JAWA TENGAH ”

( Pengisian Angket bagi Pelanggan Toko Rajawali cepu )

Mohon untuk mengisi kuesioner dibawah ini menurut pendapat yang dirasakan oleh responden.

a.) Petunjuk Pengisian :

Isi data responden. Selanjutnya, berdasarkan pengalaman saudara/i, berilah tanda centang (√) jawaban pada setiap pertanyaan.

b.) Identitas Responden :

1. No Responden :
2. Nama Responden :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Wilayah Domisili :

c.) Keterangan Pilihan Jawaban :

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

#### A. Direct Marketing (X1)

No	Keterangan	Pernyataan	Alternatif Jawaban					
			STS	TS	N	S	SS	



			1	2	3	4	5
1	X.1	Sales marketing toko rajawali menguasai produk yang ditawarkan					
2	X.2	Sales marketing toko rajawali sigap dalam menjawab pertanyaan pelanggan.					
3	X.3	Sales marketing toko rajawali ahli dalam berkomunikasi dengan pelanggan.					
4	X.4	pemasaran produk dapat melalui media online whatsapp yang langsung terhubung dengan pemilik toko rajawali					

### B. Persepsi Harga (X2)

No	Keterangan	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1	X.1	Harga yang ditawarkan toko rajawali memiliki kesesuaian harga dengan kualitas produk					
2	X.2	Harga yang ditawarkan toko rajawali memiliki kesesuaian harga dengan manfaat					
3	X.3	Harga yang ditawarkan toko rajawali dapat bersaing					

### C. Minat Beli (Y)





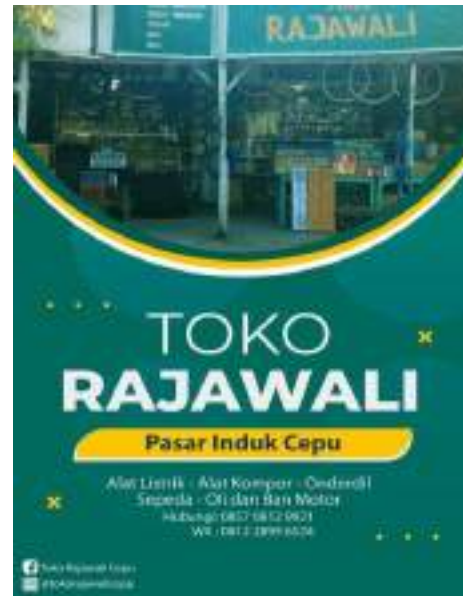
No	Keterangan	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
			STS	TS	N	S	SS
			1	2	3	4	5
1	Y.1	Pelanggan menilai dan mempelajari barang yang ditawarkan toko rajawali					
2	Y.2	Pelanggan tertarik dengan barang yang ditawarkan toko rajawali					
3	Y.3	Pelanggan memikirkan untuk memutuskan membeli barang dari toko rajawali					



## DOKUMENTASI



Lokasi toko rajawali cepu



Brosur pemasaran toko rajawali



Wawancara pemilik toko rajawali



Transportasi pemasaran





Riset pelanggan toko rajawali



Riset pelanggan toko rajawali



Riset pelanggan toko rajawali



Barang toko rajawali