

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN
PEMBELIAN PROGRAM KURSUS BAHASA INGGRIS
PADA VICTORY CENTER MEDAN**

ISMALIAH¹, M ALI MUSRI S²

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Graha Kirana

²Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia

ismalياهو@gmail.com

Abstract Education is the conscious effort to prepare through tutoring activities or exercises for their future roles. Every institution of education knows that the learning process in school will never be static, but always be dynamic. The informal educational business is one of the most profitable because it has a long period of time. Therefore, Many businesses related to education, one of them is an English Course. This is because English is a universal language. The high interest in taking English classes has become very high in the market, which has made competition between English courses more stringent. The number of English language education is high in the number of major cities in Indonesia. One of them is an English course of Victory Education Center Medan. The study aims to Analyze what factors influenced the decision to purchase an English Course Programme at Victory Education Center Medan. The data used was the primary data obtained from the 40 Victory Education Center Medan's students. The data Used in this study uses multi linear regression analysis. Research shows that partially variable brands of image, location and quality of service are significant to voting decisions. Simultaneous proven variables of brand image, location and quality of service have significant impact on purchasing decisions.

Keywords: Brand Image, Quality of Service, Purchasing Decisions

Abstrak Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan atau latihan bagi perannya dimasa yang akan datang. Setiap lembaga pendidikan mengetahui bahwa proses pembelajaran disekolah tidak akan pernah statis, akan tetapi senantiasa dinamis. Bisnis Pendidikan informal adalah salah satu bisnis yang menguntungkan karena memiliki jangka waktu yang panjang. Oleh karena itu banyak sekali bisnis yang berhubungan dengan pendidikan, salah satunya adalah kursus bahasa inggris, hal ini disebabkan bahasa inggris adalah bahasa yang Universal. Tingginya minat untuk mengikuti kursus bahasa

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

inggris menjadi sangat banyak di pasaran, yang membuat persaingan diantara lembaga kursus bahasa inggris menjadi lebih ketat. Lembaga pendidikan bahasa inggris saat ini sangat banyak kita jumpai di bberbagai kota besar di Indonesia. Salah satunya adalah lembaga pendidikan bahasa inggirs Victory Educstion Center Medan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian program kursus bahasa inggris pas Victory Education Center Medan. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari 40 siswa Victory Center Medan. Data yang diolah dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial ariable citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan. Secara simultan terbukti variable citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pemilihan.

Kata kunci: Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

I. Pendahuluan

Pendidikan adalah usaha sadar untuk menyiapkan peserta didik melalui kegiatan bimbingan dan atau latihan bagi perannya di masa yang akan datang. Saat ini, dunia pendidikan harus diperlakukan dan dikelola secara professional, karena semakin ketatnya persaingan, lembaga pendidikan akan ditinggalkan konsumen atau masyarakat jika dikelola seadanya. Bisnis pendidikan informal adalah salah satu bisnis yang sangat menguntungkan karena memiliki jangka waktu yang panjang dan harus selalu mengedepankan mutu kurikulum dan kualitas pengajaran. Oleh karena itu banyak sekali bisnis yang berhubungan dengan pendidikan. Salah satunya adalah kursus bahasa Inggris, hal ini disebabkan bahasa Inggris merupakan bahasa Universal. Tingginya minat untuk mengikuti kursus bahasa Inggris menyebabkan lembaga kursus bahasa Inggris menjadi sangat banyak dipasaran, yang membuat persaingan di antara lembaga kursus bahasa Inggris menjadi lebih ketat.

Lembaga kursus sebagai penyelenggara pendidikan nonformal memiliki peran yang sangat besar dalam menunjang pendidikan formal apalagi untuk mempelajari Bahasa asing. Banyak lembaga kursus Bahasa asing yang telah sukses membimbing siswa maupun mahasiswa untuk mahir dalam Bahasa asing bahkan bisa mengantarkan pelajar

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

untuk belajar di luar negeri. Bahasa yang sudah menjadi internasional dan umum digunakan di penjuru negara yaitu Bahasa Inggris.

Dalam sebuah artikel disebutkan bahwa yang menyebutkan bahwa kemampuan berbahasa Inggris orang Indonesia tidak buruk, tidak buruk artinya tidak juga sempurna tentunya yang dianggap masih 40-60, maksudnya dari 10 orang Indonesia hanya 4 orang saja yang kemampuan bahasa Inggrisnya baik. Kemampuan berbahasa Inggris di sini meliputi kecakapan dalam percakapan (*conversation*), tata bahasa (*grammar*), dan menulis (*writing skill*).

Disisi lain guru bahasa Inggris di Indonesia tidak merata kualitasnya. Padahal mereka adalah para garda terdepan pendidikan bahasa Inggris. Masih banyak guru bahasa Inggris dalam penyampaiannya masih 80% menggunakan bahasa Indonesia. Masalahnya ada pada kemampuan sang guru, dan juga peserta didik. Pengetahuan dasar peserta didik akan bahasa Inggris buruk karena sejak sekolah dasar memang tidak diajarkan bahasa Inggris yang benar. Walaupun di kota besar sejak taman kanak-kanak anak sudah diperkenalkan dengan bahasa Inggris (di sekolah tertentu malah menjadi pengantar).

Tapi harus diakui bahasa kemampuan berbahasa Inggris di Indonesia sudah mengalami kemajuan. Sering kita lihat di mall anak-anak fasih berbicara dalam bahasa Inggris dengan orang tua maupun temannya. Banyak media yang membantu meningkatkan kemampuan berbahasa Inggris seperti televisi, games, edutainment, maupun media sosial. Asalkan jeli dan mau memanfaatkannya. Sementara itu, hasil penelitian lain menunjukkan bahwa profesional yang berkemampuan berbahasa Inggris dengan baik bisa meraih pendapatan 30-50% lebih tinggi dibandingkan mereka yang tidak bisa berbahasa Inggris. Sekitar 42% CEO di Indonesia mengatakan bahwa mereka kekurangan karyawan yang mampu berbahasa Inggris dengan baik.

Hal ini jelas menunjukan bahwa Bahasa Inggris tak lagi sekadar bisa, tak lagi sekadar komunikatif. Dibutuhkan metode pengajaran yang tepat dan memudahkan. Untuk menjawab itu, banyak bermunculan lembaga pengajaran bahasa Inggris swasta seperti EF, ILP, Oxford, TBI, SPEC, LIA, Primagama English, LPIA Course, dan lain-lain untuk memenuhi permintaan pasar. Karena banyaknya lembaga pengajaran bahasa Inggris, hal ini membuat persaingan menjadi ketat antar perusahaan. Perusahaan jasa merupakan suatu unit bisnis kegiatan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

ekonomi yang hasilnya bukan berbentuk produk fisik atau konstruksi, dimana dalam kegiatannya selalu memberikan suatu hal berbeda yang dianggap unik, hal ini ditunjukkan untuk memikat pelanggan agar tertarik dengan kita. Yang dimaksud dengan pelanggan dalam penelitian ini adalah peserta bimbingan kursus.

Lembaga pendidikan Bahasa Inggris saat ini sangat banyak kita jumpai di berbagai kota besar di Indonesia. Salah satunya adalah lembaga pendidikan Bahasa Inggris Victory Center Medan.

Meskipun setiap lembaga kursus bahasa Inggris memiliki proses belajar dan lulusan terbaik, akan tetapi, adanya hal ini tidak menutup kemungkinan adanya konsumen yang merasa tidak puas dan tidak bersedia untuk melakukan pembelian ulang di masa yang akan datang. Oleh karena itu, pihak manajemen Victory Center Medan harus memperhatikan perilaku konsumen dalam setiap pengambilan keputusannya. Dalam menentukan keputusan memilih suatu lembaga kursus bahasa Inggris, konsumen akan mempertimbangkan beberapa hal, diantaranya adalah biaya, letak tempat kursus, fasilitas, tenaga pengajar, serta teman yang mengikuti lembaga bahasa Inggris tersebut.

II. Metode

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif asosiatif dengan jenis data kuantitatif yaitu untuk menganalisis apakah terdapat hubungan antara dua variabel atau lebih, yaitu variabel independen yang meliputi variabel citra merek (X_1), harga (X_2) dan variabel kualitas (X_3) terhadap variabel dependen yaitu variabel minat beli (Y). Dalam penelitian ini meliputi tentang pengaruh citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian program kursus bahasa Inggris pada Victory Center Medan.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis adalah metode sampel *Convenience sampling* yaitu pengambilan sampel yang sesuai dengan ketentuan atau persyaratan sampel dari populasi tertentu yang paling mudah dijangkau atau didapatkan. Misalnya yang terdekat dengan tempat peneliti berdomisili (Hamid, 2012:27). Pengambilan sampel didasarkan pertimbangan bahwa responden sedang kursus di program kursus Bahasa Inggris Victory Center Medan. Sampel yang akan dipilih oleh penulis sebagai sumber data yang dibutuhkan untuk penelitian ini adalah para siswa program kursus Bahasa Inggris Victory Center Medan. Dalam penelitian ini, pengambilan sampel disesuaikan

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

dengan teori Roscoe dalam Sugiyono (2009: 129-130), bahwa ukuran sampel yang layak bila penelitian akan melakukan analisis *multivariat* maka jumlah anggota sampel minimal 10 dikali jumlah variabel yang diteliti. Jumlah variabel dalam penelitian adalah 4, sehingga jumlah sampel yang dibutuhkan sebanyak 40 (10 x 4) sampel responden pada siswa program kursus Bahasa Inggris Victory Center Medan.

III. Diskusi dan Hasil

Deskripsi Karakteristik Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 40 responden, yaitu responden yang kursus di Victory Center Medan. Adapun gambaran responden penelitian dari semua sampel yang merupakan siswa LIA dapat diklasifikasikan berdasarkan karakteristiknya, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, dan penghasilan perbulan.

Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin	Jumlah	Presentase (%)
Laki-laki (L)	24	60
Perempuan (P)	16	40
Total	40	100,0

Sumber : data primer , 2020

Jumlah responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Presentase (%)
< 18 thn	14	35
18 – 25 thn	16	40
26 – 40 thn	8	20
> 40 thn	2	5
Total	40	100,0

Sumber : data primer , 2020

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Jumlah responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah	Presentase (%)
SD	6	15
SMP	6	15
SMA	12	30
S1	10	25
S2	4	10
S3	2	5
Total	40	100,0

Sumber : data primer , 2020

Jumlah responden berdasarkan pekerjaan

Jenis Pekerjaan	Jumlah	Presentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	29	72,5
Karyawan/swasta	6	15
PNS	2	5
Wiraswasta	1	2,5
Ibu Rumah Tangga	1	2,5
Lainnya	1	2,5
Total	40	100,0

Sumber : Data primer, 2020

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel-variabel yang berpengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dimana variabel yang digunakan ini lebih dari satu.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri
Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Hasil regresi linier berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.757	1.068		1.645	.109
Citra Merek	.093	.045	.243	2.067	.046
Lokasi	.161	.065	.288	2.473	.018
Kualitas Pelayanan	.401	.138	.460	2.909	.006

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : hasil output SPSS data primer, 2020

$$Y = 1,757 + 0,093 X_1 + 0,161 X_2 + 0,401 X_3 + e$$

Dari tabel dapat dilihat nilai koefisien beta untuk masing-masing variabel bebas tersebut:

1. Nilai koefisien beta X_1 (Citra Merek) adalah 0,093.
2. Nilai koefisien beta X_2 (Lokasi) adalah 0,161.
3. Nilai koefisien beta X_3 (Kualitas Pelayanan) adalah 0,401.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa diantara variabel bebas dalam penelitian ini yang lebih dominan pengaruhnya adalah kualitas pelayanan yaitu sebesar 0,401 atau 40,1%.

Uji t (parsial)

Uji statistik t menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen yang digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual terhadap variabel dependen yang diuji pada tingkat signifikansi 0,05 (Ghozali, 2009:84).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

**Uji Signifikasi Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.757	1.068		1.645	.109
CM_x1	.093	.045	.243	2.067	.046
LOK_x2	.161	.065	.288	2.473	.018
KUPEL_x3	.401	.138	.460	2.909	.006

a. Dependent Variable: KUPPEM_y

Sumber : hasil output SPSS data primer , 2020

Hasil uji t_{hitung} pada tabel *coefficient* diatas dapat diketahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen diketahui hasil sebagai berikut:

1. Pengaruh citra merek terhadap keputusan pemilihan:

$H_0 : \beta_1 = 0$; tidak terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pemilihan

$H_a : \beta_1 \neq 0$; terdapat pengaruh antara citra merek terhadap keputusan pemilihan

Hasil uji t variabel citra merek (X_1) terhadap keputusan pemilihan (Y) menunjukkan nilai signifikansi $0,046 < 0,05$. Karena $sig. > \alpha$, maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya koefisien regresi pada variabel citra merek signifikan. Artinya citra merek secara parsial (individu) berpengaruh terhadap keputusan pemilihan.

Uji F (simultan)

Uji statistik F digunakan untuk mengetahui semua pengaruh variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05 (Ghozali, 2005).

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

**Uji signfikansi F (simultan)
ANOVA^b**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	803.206	3	267.735	110.540	.000 ^a
Residual	87.194	36	2.422		
Total	890.400	39			

a. Predictors: (Constant), KUPEL_x3, LOK_x2, CM_x1

b. Dependent Variable: KUPPEM_y

c. Sumber : hasil output SPSS data primer , 2020

Nilai F_{hitung} yang diperoleh 110.540 dengan tingkat signifikansi 0,000 karena tingkat signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka model regresi ini dapat dipakai untuk variabel keputusan pemilihan. Dengan kata lain dapat dikatakan bahwa variabel citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel keputusan pemiihan.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen menjelaskan variabel dependennya yang dilihat melalui *R square*. Untuk mengetahui determinasi variabel yang diteliti dapat dilihat dari tabel berikut ini:

**Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.950 ^a	.902	.894	1.556

a. Predictors: (Constant), KUPEL_x3,LOK_x2,CM_x1

b. Dependent Variable: KUPPEM_Y

Sumber : hasil output SPSS data primer 2020

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

Dari tabel diatas diketahui nilai koefisien R sebesar 0,950 mengandung arti bahwa hubungan antara variabel citra merek, lokasi, kualitas pelayanan dengan keputusan pemilihan sebesar 0,950 atau mempunyai hubungan yang sangat kuat (Sugiono dalam Duwi Priyatno, 2010: 65). Nilai koefisien R^2 (*Adjusted R square*) 0,894 hasil ini menunjukkan bahwa 89,4% variabel keputusan pemilihan dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabel independen (citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan). *R square* berkisar pada angka 0-1, dengan catatan semakin besar angka *R square* maka semakin kuat hubungan dari ketiga variabel dalam model regresi. Jadi dapat disimpulkan bahwa 89,4% keputusan pemilihan dapat dijelaskan oleh variabel citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan. Dan selisihnya 10,6% (100% - 89,4%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel *word of mouth*, inovasi, gaya hidup, promosi dan lain-lain yang secara teori dan hasil penelitian-penelitian sebelumnya berpengaruh terhadap keputusan pemilihan.

IV. Kesimpulan

Secara parsial citra merek, lokasi dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian program kursus Bahasa Inggris Victory Center Medan. Dan berdasarkan hasil uji F variabel citra merek, lokasi, dan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian program kursus Bahasa Inggris Victory Center Medan.

V. Bibliografi

Agustina, Shinta. 2011. *manajemen pemasaran*. Malang: universitas Brawijaya press.

Alexander,L.Biel and Aaker ,David. A. 2009. *brand equality and advertising: Advertising role in Building Strong Brand*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates,Inc.

Alma, Buchari. 2007. *kewirausahaan*. CV. Alfabeta, Bandung.

Bhasu, Swastha dan Irawan. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

- Christvelldy, Alldicka. 2007. analisis perilaku konsumen dan implikasinya terhadap bauran Bauran pemasaran pada warung kebun cempaka Tantri.
- Engel, James. F.Blackwell, R.D and Maniard, P.W .1995. *Customer Behaviour* (8th ed.). Orindo: The Dryden Press.
- Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fandy, Tjiptono. 2008. *Pemasaran Strategik*. yogyakarta: Graha Ilmu.
- fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi pemasaran* (3rd ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- H. Lovelock, Christoper and Laurent, K.Wright 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: PT Indeks Gramedia .
- Hermawan, Kartajaya. 2000. *Marketing Plus 2000 siasat memenangkan Persingan Global* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Keller, Kevin. 2013. *Strategic Brand Management : Building, Measuring, and Managing, Brand Equity*. Harlow: Pearson education Inc.
- Knapp, Duane. 2002. *The Brand Mindset*. Yogyakarta: Andi.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran* (Millenium ed.). Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin .2007. *manajemen pemasaran jilid1* (13th ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin .2007. *Manajemen Pemasaran, Jilid 1* (12 ed.). Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin. 2009. *manajemen pemasaran jilid 1*. (B. Sabran, Trans.) Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran. In *Manajemen Pemasaran. Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT Indeks. Kelompok Gramedia.
- Muchlisin, Riadi. 2012, December. *Citra Merek (Brand Image)*. Retrieved from <http://www.kajianpustaka.com/2012/12/citramerek-brand-image.html>.
- Mukholidah, Septi Isniani. 2018. pengaruh Brand Image dan Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian (studi pada konsumen Cafe Cak Cuk Surabaya). 29.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Program Kursus Bahasa Inggris Pada Victory Center Medan

Ismaliyah, M Ali Musri

Vol. 01 No. 02 Tahun 2022

- Setiadi. 2003. *Konsep dan Praktek Penulisan Riset Keperawatan* . Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Soedjati, Elisabeth Koes & Pratminingsih, Sri Astuti. 2011. The Impacts of Marketing mix on Students Choice of University Study Case of Private University in Bandung, Indonesia. *2nd international conference on business and economic research*.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukotjo, Hendri dan Sumanto, Radix. 2010. *Analisa marketing Mix (produk, price promotion, place, participant, process and physical evidence)* (Vol. I).
- Ujang, Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen (Teori dan Penerapannya dalam pemasaran)* (2nd ed.). Bogor: Ghalia Indonesia.
- Virawan, Wayan Adi. 2013. pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian . *Studi pada mahasiswa Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Pengguna Helm Merk INK*, 20.