

ANALISIS FAKTOR YANG MENJADI KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS LPG 3 KG (Studi Kasus pada Kp. Pasar Heubeul, Pandeglang)

Rudi Eka Nugraha¹, Iba Gunawan², dan Fitri Nurlaili³

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Banten Jaya

Prodi Kewirausahaan

Email: rudiekanugraha05@gmail.com,

ibagunawan@unbaja.ac.id,

fitrinurlaili@unbaja.ac.id

ABSTRACT

This research aims to analyze the factors that become the decision to buy LPG 3 kg, a case study in Kampung Pasar Heubeul community, Pandeglang. The data used is a questionnaire. The sample studied was 118 respondents. The number of variables studied was 27 variables. Data processed using factor analysis as many as 20 variables that meet the requirements for further analysis. Data obtained from respondents were processed using SPSS 20 for Windows.

The results showed that the results of the 20 variables analyzed, the factors that made the purchase decision of LPG 3 Kg consisted of 7 factors, namely Social Factor with eigen value 3,985, Distribution Factor with eigen value 2,307, Price Factor with eigen value 1,772, Product Factor with eigen value value 1,493, Factor 5 enters the product factor with an eigen value 1,282, Factor 6 enters the product factor with an eigen value of 1,176 and Factor 7 enters the distribution factor with an eigen value of 1,125.

Keywords: purchasing decisions, social factors, distribution factors, price factors, product factors.

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini energi seperti gas elpiji 3 kg sangat dibutuhkan oleh masyarakat Indonesia, dalam membantu kebutuhan manusia setiap harinya. Pada tahun 2007 pemerintah bersama Pertamina, mengalihkan fungsi minyak tanah dengan gas elpiji dengan berat isi 3 kg. Penyebab mengalihkan minyak tanah ke gas elpiji ini diakibatkan minyak tanah yang semakin mahal, membuat masyarakat sulit untuk membelinya dan kelangkaan yang terjadi di berbagai daerah. Masalah ini membuat pemerintah memberikan kebijakan dengan cara menukar kompor minyak dengan

tabung gas elpiji 3 kg, beserta kompor gas secara gratis sehingga masyarakat dapat beralih tanpa di pungut biaya. Faktor ekonomis menjadi kelebihan gas elpiji 3 kg, akan tetapi kebijakan konversi ini banyak menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat.

Masalah yang dihadapi saat ini oleh masyarakat atau konsumen gas elpiji 3 kg yaitu masih ada tabung gas elpiji yang bocor, harga tidak sesuai dengan harga eceran tertinggi yang ditetapkan pemerintah, kelangkaan gas lpg 3 kg, kriteria masyarakat menengah ke atas masih menggunakan lpg bersubsidi. Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian

mengambil judul: “ Analisis Faktor Yang Menjadi Keputusan Pembelian Gas Elpiji 3 Kg ” (Studi Kasus Di Kampung Pasar Heubeul, Pandeglang).

2. METODE PENELITIAN

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kampung Pasar Heubeul, Kelurahan Kabayan, Kecamatan Pandeglang, Kabupaten Pandeglang, Dengan waktu yang digunakan untuk penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Jenis pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan data sekunder dan data primer. Sumber data primer berasal dari masyarakat yang menggunakan gas elpiji 3 kilo gram dengan menggunakan kuesioner.

- a. “Data primer, merupakan sumber data yang dilakukan di lapangan. Data primer merupakan data yang berasal dari sumber asli atau pertama, tidak tersedia dalam bentuk file-file, data harus dicari melalui narasumber atau responden” (Jonathan sarwono,2006:11). Teknik yang digunakan adalah dengan menggunakan metode kuesioner yang merupakan teknik pengumpulan data dengan cara memperoleh data dari responden dengan mengutarakan atau

- b. mengajukan pertanyaan tertulis kepada masyarakat.

3. ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

- c. “Data sekunder, merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data tersebut” (Jonathan

sarwono,2006:11), data tersebut dapat diperoleh dari sumber bacaan yang bisa di dapat dari; buku, jurnal ilmiah, laporan penelitian, skripsi, tesis dan media masa.

Analisa Data

Uji Validitas dan Reliabilitas

“Validitas berasal dari kata *validity*, yang berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur” (Sugiyono,2016:177). Suatu skala dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

Analisis Faktor

Teknik analisis menggunakan analisis faktor, perhitungan menggunakan IBM SPSS. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik sampling purposive, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Untuk melakukan analisis faktor menurut Santoso (2018:71-72), ada beberapa proses utama atau langkah-langkah yang harus dilakukan, meliputi : Merumuskan masalah, Bentuk matriks korelasi, Proses factoring dan rotasi, Membuat interpretasi hasil rotasi

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Untuk dapat melihat sebuah instrument penelitian itu berguna atau tidak, dapat dilakukan uji validitas terhadap 27 pertanyaan,

Hasil Uji Validitas

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
F1	33.47	10.257	.772	.887
F2	33.33	10.437	.621	.896
F3	33.53	10.257	.868	.884
F4	33.03	11.137	.428	.907
F5	33.57	9.978	.856	.882
F6	33.13	10.602	.565	.900
F7	33.23	10.599	.552	.901
F8	33.53	11.292	.449	.904
F9	33.43	10.323	.716	.891
F10	33.53	11.292	.449	.904
F11	33.53	10.257	.868	.884
F12	15.17	5.523	.614	.819
F13	15.97	4.309	.768	.782
F14	16.10	4.921	.730	.794
F15	15.17	5.523	.614	.819
F16	15.87	5.223	.434	.858
F17	16.07	4.961	.644	.810
F18	11.47	3.568	.703	.704
F19	11.60	4.455	.494	.774
F20	11.57	4.185	.563	.754
F21	11.37	4.309	.406	.804
F22	11.47	3.568	.703	.704
F23	12.40	2.317	.813	.778
F24	12.20	2.372	.566	.837
F25	12.40	2.317	.813	.778
F26	13.00	2.276	.441	.897
F27	12.40	2.317	.813	.778

dengan mengambil responden sebanyak 30 Orang. Selanjutnya adalah besaran nilai r , dengan ketentuan $df = \text{jumlah kasus} - 2$ (Jonathan Sarwono, 2006:226). Dari ketentuan tersebut bahwa $30 - 2 = 28$, dengan tingkat signifikan sebesar 5 % adalah 0,361, berarti untuk sebuah item dari 27 butir pertanyaan tersebut, maka angka yang dihasilkan berada di atas

0,361. Berdasarkan dari hasil dari table diatas dapat disimpulkan bahwa setiap item pertanyaan yang berjumlah 27 butir sudah valid.

Dengan Demikian instrument instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan valid. Sehingga ke 27 butir pertanyaan tersebut dapat digunakan untuk keperluan menganalisis selanjutnya.

Hasil Uji Reliabilitas Variabel

No	Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas	Keterangan
1	Produk	0,903	0,600	Reliabel

2	Harga	0,841	0,600	Reliabel
3	Distribusi	0,791	0,600	Reliabel
4	Sosial	0,845	0,600	Reliabel

Sumber: Hasil ouput SPSS (2020)

Berdasarkan tabel reliabilitas reliabilitas pada tabel nilai *Cronbach* setelah menyebar kuesioner sebanyak *Alpha* berada pada 0,903, 0841, 0791 30 orang menyatakan bahwa dan 0,845 dinyatakan reliabel.

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.671
Approx. Chi-Square	703.272
Bartlett's Test of df Sphericity	190
Sig.	.000

Sumber: Hasil ouput SPSS (2020)

Berdasarkan dari tabel diatas dapat tingkat signifikan 0,000 oleh sebab dilihat bahwa angka KMO dan itu, maka variabel dan sampel yang

Barlett's Test adalah 0,671 dengan ada dapat dianalisis lebih lanjut.

Communnalities

	Initial	Extraction
F2	1.000	.618
F5	1.000	.567
F6	1.000	.713
	Initial	Extraction
F7	1.000	.429
F9	1.000	.610
F10	1.000	.633
F13	1.000	.660

F14	1.000	.566
F16	1.000	.658
F17	1.000	.558
F18	1.000	.713
F19	1.000	.699
F20	1.000	.647
F21	1.000	.525
F22	1.000	.565
F23	1.000	.848
F24	1.000	.826
F25	1.000	.783
F26	1.000	.747
F27	1.000	.776

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Pada tabel diatas bahwa variabel, Nilai *Communalities* untuk 20 item yang telah dianalisis menggunakan Principal *Commponent Analysis* menunjukan besarnya korelasi

antara suatu variabel dengan faktor yang sedang dianalisis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.985	19.927	19.927	3.985	19.927	19.927
2	2.307	11.536	31.463	2.307	11.536	31.463

3	1.772	8.861	40.324	1.772	8.861	40.324
4	1.493	7.464	47.788	1.493	7.464	47.788
5	1.282	6.411	54.199	1.282	6.411	54.199
6	1.176	5.879	60.078	1.176	5.879	60.078
7	1.125	5.623	65.701	1.125	5.623	65.701
8	.961	4.804	70.506			
9	.894	4.472	74.978			
10	.709	3.543	78.521			
11	.689	3.446	81.967			
12	.642	3.212	85.179			
13	.629	3.145	88.324			
14	.513	2.563	90.888			
15	.502	2.510	93.397			
16	.420	2.098	95.496			
17	.307	1.536	97.032			
18	.265	1.323	98.355			
19	.189	.946	99.301			
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulati ve %	Total	% of Variance	Cumulat ive %
20	.140	.699	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa terdapat 20 variabel (*component*) yang dimasukkan ke dalam analisis faktor. Pada tabel diatas terlihat bahwa hanya 7 faktor yang terbentuk, karena dengan satu faktor angka *eigen values* masih di atas 1, dua faktor angka *eigen values* masih di atas 1, tiga faktor angka *eigen values* masih

di atas 1, empat faktor angka *eigen values* masih di atas 1, lima faktor angka *eigen values* masih di atas 1, enam faktor angka *eigen values* masih di atas 1, tujuh faktor angka *eigen values* masih di atas 1, delapan faktor sudah di bawah 1, oleh sebab itu hanya terbatas 7 faktor.

Componen Matrix(a)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
F2	-.253	.038	.015	-.458	.566	-.088	-.121
F5	.161	.339	-.286	-.386	.412	.156	.025
F6	.358	.352	-.121	-.144	-.291	-.561	.160
F7	.336	.128	.318	.301	.307	-.002	-.116
F9	.417	-.279	-.095	.545	.171	.001	-.153
F10	.424	-.107	-.049	.339	.001	.103	-.560
F13	.299	-.007	.196	-.077	.024	.712	.136
F14	.391	.293	-.158	-.061	.165	.205	.479

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
F16	.404	.365	-.435	.310	-.100	.065	.250
F17	.235	.569	-.314	.214	-.038	.172	-.059

F18	-.467	.389	.090	.490	.296	.007	.083
F19	-.496	.493	.035	.331	.167	-.237	.124
F20	-.250	-.123	.464	.145	-.354	.236	.390
F21	-.355	.007	.613	.088	-.009	-.103	.070
F22	-.420	.438	.381	.037	.225	.001	.007
F23	.834	-.076	.323	-.064	.074	-.156	.091
F24	.813	-.061	.336	-.046	.185	-.066	.088
F25	.758	.116	.364	-.010	.131	-.200	.073
F26	-.042 .280	.592	.300	-.233	-.191	.209	-.413
F27		.666	.166	-.138	-.400	.014	-.220

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Setelah diketahui bahwa tujuh faktor adalah jumlah yang paling optimal. Maka tabel *component* matriks menunjukkan distribusi ke 20 variabel tersebut pada tujuh faktor yang terbentuk. Sedangkan angkaangka yang ada pada tersebut adalah faktor loading, yang menunjukkan korelasinya suatu variabel dengan Faktor 1, Faktor 2, Faktor 3, Faktor 4, Faktor 5, Faktor 6, Faktor 7. Proses penentuan variabel

mana yang akan masuk ke faktor mana, dilakukan dengan melakukan perbandingan besar korelasi pada setiap baris.

Rotated Component Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
F2	-.040	.142	-.314	-.051	-.178	.680	.013
F5	.065	-.027	.305	.107	-.142	.650	.123
F6	.311	-.138	.316	.226	-.226	-.055	-.627

F7	.480	.277	.011	.035	.328	.024	.111
F9	.262	-.040	.156	-.333	.620	-.138	.030
F10	.157	-.174	.044	.125	.746	-.035	.040
F13	.200	-.160	.157	.125	-.032	-.047	.742
F14	.315	-.004	.573	-.066	-.263	.142	.211
F16	.103	-.006	.790	-.003	.098	-.085	-.079
F17	-.020	.142	.630	.313	.189	.083	.000
F18	-.202	.809	.097	-.053	.066	-.025	.031
F19	-.216	.754	.106	.041	-.109	-.006	-.242
F20	-.020	.150	-.182	-.012	-.343	-.609	.320
F21	.086	.422	-.474	.076	-.190	-.267	.053
F22	-.040	.645	-.181	.254	-.186	.098	.076
F23	.868	-.283	.064	.018	.088	-.034	-.012
F24	.867	-.217	.068	-.006	.114	.035	.093
F25	.862	-.087	.099	.112	.081	.007	-.061
F26	-.020	.147	-.066	.835	.005	.099	.116
F27	.185	-.001	.249	.810	-.032	-.085	-.122

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Component matrix hasil proses rotasi (*rotated component matrik*) memperlihatkan distribusi variabel yang lebih jelas dan nyata. Terlihat bahwa sekarang faktor loading yang

dulunya kecil semakin diperkecil, dan faktor loading yang besar semakin diperbesar. Dijelaskan akan masuk ke faktor mana sebuah variabel yang ada

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.757	-.452	.380	.070	.269	.018	.022

2	.048	.501	.489	.656	-.160	.190	-.124
3	.522	.325	-.606	.271	-.138	.316	.249
4	-.007	.491	.267	-.284	.577	-.523	-.013
5	.251	.415	-.079	-.416	.144	.727	.193
6	-.226	-.103	.194	.151	.074	-.018	.934
7	.193	.124	.365	-.465	-.723	-.249	.112

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Dari tabel tersebut bisa dijelaskan bahwa pada diagonal faktor (component) 1,2,3,4,5,6,7, (0,757; 0,501; -0,606; -0,284; 0,144; -0,018; 0,112). Angka dengan ditandai (-) minus, hal tersebut menunjukkan arah korelasi. Sedangkan pada diagonal yang lain menunjukkan angka dibawah 0,5 yang menunjukkan adanya terdapat komponen lain pada masing-masing

faktor yang mempunyai korelasi lebih tinggi. Dan hanya dua faktor yang angkanya di atas 0,5 yaitu: faktor 1 (componen 1), faktor 2 (componen 2), masing-masing angkanya: 0,757; 0,501. Berdasarkan terbentuknya, hanya 2 faktor yang pada diagonalnya nilainya diatas 0,5, hal itu sudah cukup mewakili dari ketujuh faktor yang terbentuk.

Interpretasi Faktor Yang Terbentuk

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Faktor Produk							
F2						.680	
F5						.650	
	Component						
	1	2	3	4	5	6	7

F6			.316				
F7	.480						
F9					.620		
F10					.746		
Faktor Harga							
F13							.742
F14			.573				
F16			.790				
F17			.630				
Faktor Distribusi							
F18		.809					
F19		.754					
F20							.320
F21		.422					
F22		.645					
Faktor Sosial							
F23	.868						
F24	.867						
F25	.862						
F26				.835			
F27				.810			

Sumber: Hasil output SPSS (2020)

Berdasarkan tabel diatas, maka faktor yang mempunyai nilai loading yang besar sampai yang nilai loading yang kecil adalah: Faktor 1 terdiri dari variabel Faktor Produk dan Faktor Sosial yaitu Kemudahan operasi, dan Kelompok Acuan. Faktor 2 terdiri dari variabel Faktor Distribusi yaitu Akses, Tempat parkir dan persaingan. Faktor 3 terdiri dari variabel Faktor Produk dan Faktor Harga yaitu ketepatan, Kesesuaian harga dengan harga pasar, dan Kesesuaian harga dengan kualitas produk. Faktor 4 terdiri dari variabel Faktor Sosial yaitu Keluarga, dan Peran status. Faktor 5 terdiri dari variabel Faktor Produk yaitu Perbaikan produk. Faktor 6 terdiri dari variabel Faktor Produk yaitu Keandalan dan Ketepatan. Faktor 7 terdiri dari variabel Faktor Distribusi dan Faktor Harga yaitu Visibilitas, dan Harga yang Kompetitif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg mendapatkan kesimpulan bahwa faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian gas lpg 3 kg yaitu Faktor Sosial, faktor Distribusi, faktor Harga, dan faktor Produk, dan yang paling dominan dari hasil penelitian yaitu Faktor Sosial dari Kelompok Acuan yaitu Rekan kerja sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg, Teman dekat sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg, Teman sekomunitas sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis dan pembahasan dari data tentang penilaian responden terhadap faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian Gas lpg 3 kg maka

dapat ditarik kesimpulan. Melalui analisis faktor dapat diperoleh tujuh faktor yang menjadi keputusan pembelian Gas lpg 3 kg, faktor-faktor tersebut adalah:

1. Faktor Sosial, Gas lpg mudah dipasang di kompor, Rekan kerja sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg, Teman dekat sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg, Teman sekomunitas sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg. Faktor pertama ini memiliki pengaruh terbesar yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 3.985, dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 19,927 %.
2. Faktor Distribusi, Lokasi pedagang gas lpg 3 kg mudah dijangkau, Lokasi pedagang gas lpg 3 kg dekat dengan rumah, Lokasi pedagang gas lpg 3 kg menyediakan fasilitas parkir, Pedagang gas lpg 3 kg di sekitar rumah. Faktor kedua ini memiliki pengaruh besar yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 2.307, dan mampu menjelaskan *variance* total sebesar 11,536 %.
3. Faktor Harga, Aturan konsumen gas lpg 3 kg, Harga gas lpg 3 kg sesuai daya beli konsumen, Harga gas lpg 3 kg sesuai dengan kualitas produk, Harga gas lpg 3 kg sesuai dengan harapan. Faktor ketiga ini memiliki pengaruh sedang yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 1.772, dan mampu menjelaskan *variance* total 8,861 %.

4. Faktor Sosial, Keluarga sebagai referensi membeli gas lpg 3 kg, Perasaan bangga membeli gas lpg kg. Faktor keempat ini memiliki pengaruh cukup yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 1.493, dan mampu menjelaskan *variance* total 7,464 %.
5. Faktor Produk, Suku cadang gas lpg 3 kg, Penukaran tabung gas lpg 3 kg jika cacat. Faktor kelima ini memiliki pengaruh sedang yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 1.282, dan mampu menjelaskan *variance* total 6,411 %
6. Faktor Produk, Keamanan produk gas lpg 3 kg, Berat isi gas lpg 3 kg. Faktor keenam ini memiliki pengaruh kecil yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 1.176, dan mampu menjelaskan *variance* total 5,879 %.
7. Faktor Harga, Keyakinan membeli gas lpg 3 kg, Lokasi pedagang gas lpg mudah dikenali. Faktor ketujuh ini memiliki pengaruh terkecil yang menjadi keputusan pembelian gas lpg 3 kg dengan nilai *eigenvalue* 1.125, dan mampu menjelaskan *variance* total 5,623 %.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan untuk mengetahui faktor apa saja yang menjadi keputusan pembelian Gas lpg 3 kg. Diperoleh 7 faktor yang menjadi keputusan pembelian Gas lpg 3 kg yaitu : Sosial, Distribusi, Harga, Produk, Produk, Harga. Dalam temuan penelitian ini akan memberikan saran

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ainun Jariah. (2012). “Analisis Faktor-Faktor Pribadi Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Lumajang” Stie Widya Gama Lumajang. Azwar, Saifudin. (2003). Metode Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

kepada pihak-pihak tertentu, adapun sarannya sebagai berikut:

1. Bagi dunia penelitian, penelitian ini dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya, yaitu indikator-indikator apa saja yang masih menjadi keputusan konsumen untuk membeli Gas lpg 3 kg.
2. Bagi Perusahaan, dengan adanya penelitian ini perusahaan dapat mempertimbangkan strategi-strategi yang lebih baik untuk pemasaran gas lpg 3 kg ini agar tepat sasaran. Mengingat Gas lpg 3 kg ini adalah produk yang bersubsidi maka kriteria pembeli atau pengguna Gas elpiji ini di atur oleh aturan pemerintah yaitu masyarakat menengah ke bawah.
3. Bagi Konsumen, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai informasi untuk memberi gambaran mengenai faktor-faktor yang menjadi keputusan pembelian Gas lpg 3 kg, mengenai kriteria pengguna Ga lpg 3 kg bersubsidi ini.

- Ferdinand. (2006). *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Peneliti Universitas Diponorego.
- Hamid, Abdul (2007) “Pedoman Penulisan Skripsi”, FEIS, Jakarta.
- Herdi Jayakusumah. (2010) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Keputusan Pembelian The Celup Sariwangi di Kota Bekasi” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Jonathan, Sarwono (2006). “Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif” Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Kotler, Philip & Garry Armstrong. (2010). “Prinsip-Prinsip Pemasaran”, Jilid 1 dan 2 Edisi Kedua Belas. Jakarta : Erlangga. Kotler, Keller (2012). “Manajemen Pemasaran,”, Jakarta, Erlangga. Kotler, Philip and Gary Armstrong. (2014). “Principle of Marketing” . 14 Edition. England : Pearson Education, Inc.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga belas, Jilid 1, Erlangga, Jakarta
- Nur Adi Setiawan (2014). “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Sepeda Motor Vixon” Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nurjannah. (2010) “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Dalam Menggunakan Ponsel GSM Tipe QWERTY di Jakarta Selatan” Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Nurmadina (2016), “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Secara Online Di Kota Makasar” Universitas Islam Negeri Alauddin Makasar.
- Prahalad, dan Rametwari (2009). “Co Creation Competence Consumer”, Harvard Business Review, USA. Prasetyo, Ristiyanti dan Ihalauw John (2005) “Perilaku Konsumen”, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Sugiyono (2008). “Metode Penelitian Bisnis”. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono (2010). “Metode Penelitian Administratif”. Penerbit Alfabeta, Bandung. Anwar Hidayat (2017).” Penjelasan Teknik Purposive sampling” Tersedia: <https://www.statistikian.com/2017/06/penjelasan-teknik-purposive-sampling.html> (12 Februari 2020).
- Dimasapurnama (2016).” Pengertian Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan” Tersedia: <http://dimasapurnama25.blogspot.com/2016/09/ekonomi.html> (29 April 2020).
- Eprints (2011).” Pengertian Pemasaran” Tersedia: <http://eprints.polsri.ac.id/4183/3/BAB%20II.pdf> (12 Februari 2020).
- Hestanto (2015).” Konsep Marketing ” Tersedia: <https://www.hestanto.web.id/konsepmarketing-menurut-beberapa-pakar/> (16 April 2020).
- Ilmu Manajemen Pemasaran (2015).” Faktor Keputusan Pembelian ” Tersedia: <https://ilmumanajemenpemasaran.wordpress.com/2009/10/31/fktr-pngarh-kep-pmblian/> (16 April 2020).
- Karlina Shinta Dewi (2019,8 Mei) “Gas Langka Harga Elipiji Tembus 30 Ribu” Tersedia: <https://www.liputan6.com/news/read/3960690/gas-langka-harga-elipiji-3-kg-tembus-rp-30ribu-di-mamasa> (11Februari 2020). KitaPunya (2019) “Tahap Pengambilan Keputusan Pembelian ” Tersedia:

<https://www.kitapunya.net/tahap-tahap-pengambilan-keputusan-pembelian-menurutkotler/?amp> (16 April 2020).

Kompas.com (2020) "Pemerintah Berwacana Gunakan Barcode agar Distribusi LPG 3 Kg Tepat Sasaran", Tersedia: <https://money.kompas.com/read/2020/01/14/193600726/pemerintahberwacana-gunakanbarcode-agar-distribusi-lpg-3-kg-tepatsasaran> (11Februari 2020).

Mughnifar Ilham “ Pengertian Pemasaran Menurut Ahli” Tersedia: <https://materibelajar.co.id/pengertian-pemasaran-menurut-para-ahli/> (16 April 2020). Redaksi Warta Ekonomi “ Subsidi Belum Di Cabut Harga Gas Sudah Naik” Tersedia: <https://www.wartaekonomi.co.id/read267299/subsidi-belum-dicabut-kok-harga-gas-3-kgsudah-naik> (11 Februari 2020). Retno Sri “ Analisis Faktor-faktor Yang Mendorong Keputusan Pembelian” Tersedia: file:///C:/Users/Asus/Downloads/19.04.1185_jurnal_eproc.pdf (16 April 2020).

Setyo puji. (2020, 9 Januari). Tabung Gas Bocor Satu Keluarga Tewas Terbakar Di Dalam Rumah. Kompas.com (Online). Tersedia: <https://regional.kompas.com/read/2020/01/11/21100021/tabung-gabocor-satu-keluarga-tewasterbakar-di-dalam-rumah?page=all>. (11 Februari 2020). UinSuska.ac.id (2011).” Keputusan Pembelian” Tersedia: <http://repository.uinsuska.ac.id/6210/3/BAB%20II.pdf> (21 April 2020).

Unpas.ac.id (2011).” Metode Penelitian ” Tersedia: <http://repository.unpas.ac.id/32885/4/BAB%20III%20revisi.pdf> (24 April 2020).

Tjiptono, (2012). “ Keputusan Pembelian “ Tersedia : <https://www.hestanto.web.id/keputusanpembelian/> (11 Ferbruari 2020).

Universitas Ciputra (2015). ” Perilaku Konsumen ” Tersedia: <http://ciputraceo.net/blog/2015/6/11/perilaku-konsumen> (16 April 2020).

Hestanto (2015). ” Konsep Marketing ” Tersedia: <https://www.hestanto.web.id/konsepmarketing-menurut-beberapa-pakar/> (16 April 2020).

Situs <http://www.pertamina.com/>