

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERIPIK IKAN DI KELURAHAN SUNGAI LANGKAI BATAM

Winda Evyanto¹⁾, Asron Saputra²⁾, Wasiman³⁾

^{1,2,3}Manajemen, Universitas Putera Batam

email: winda731016@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan di Kelurahan Sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Data yang diolah adalah hasil penyebaran kuesioner kepada pelanggan. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, sumber data adalah 100 konsumen keripik ikan di Kelurahan Sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara dan dokumentasi, serta analisis data dengan analisis data domain. Hasil uji t (parsial) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan Pembelian dengan t hitung $>$ t tabel dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $2,127 > 1,656$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t hitung $>$ t tabel dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $5,2,043 > 1,656$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini dibuktikan dari hasil uji F dimana f hitung $>$ f tabel dengan nilai signifikansi $< 0,05$ yaitu $6,584 > 2,67$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ yang menyatakan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan simultan signifikan terhadap keputusan pembelian keripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Kota Batam.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the Influence of Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Fish Chips in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City. The type of research used is explanatory quantitative research. The data processed is the result of distributing questionnaires to customers. The research method used is quantitative research, the data source is 100 consumers of fish chips in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City. Data collection by means of observation, interviews and documentation, and data analysis with domain data analysis. The results of the t-test (partial) that price has a positive and significant effect on Purchasing decisions with t count $>$ t table with a significance value < 0.05 , namely $2.127 > 1.656$ and a significance value of $0.000 < 0.05$, product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with t count $>$ t table with a significance value < 0.05 , namely $5.2.043 > 1.656$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. This is proven by the results of the F test where f count $>$ f table with a significance value < 0.05 , namely $6,584 > 2.67$ and a significance value of $0.000 < 0.05$ which states that price and product quality have a positive and simultaneous significant effect on the decision to purchase fish chips in Sungai Langkai Village, Sagulung District, Batam City.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Kebutuhan dan keinginan manusia terus berkembang dan tidak terbatas seiring dengan perkembangan zaman. Manusia tidak lagi mampu untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya sendiri sehingga dapat diperlukan adanya organisasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia tersebut. Dunia bisnis terus berkembang pesat sejalan dengan perkembangan era globalisasi, hal ini di tandai dengan semakin tingginya tingkat persaingan di dunia bisnis dalam memasarkan produk maupun jasa kepada konsumen. Para pelaku bisnis saling berlomba-lomba dalam memasarkan produk yang mereka tawarkan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Alma dalam (Zulkifli, 2023:44) adalah Harga adalah suatu atribut yang melekat dalam suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut, dapat memenuhi kebutuhan (needs) dan memuaskan konsumen (satisfaction). Harga adalah sebuah nominal uang yang harus dikeluarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa

Kotler dan Armstrong (2022:9). Harga (Price) dalam arti yang lebih spesifik lagi adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Lebih luasnya harga merupakan jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki dan menggunakan produk atau jasa (Hendrayani dkk, 2021:103)

Susana Maharani (2019) menyatakan bahwa kualitas produk ialah keahlian sebuah barang memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melampaui dari apa yang diinginkan konsumen. Selamet Fuadi (2022) Menyatakan bahwa kualitas produk berarti kualitas kerja atau kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya, perusahaan memilih tingkat fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan pasar sasaran dan tingkat produk pesaing

Menurut Selamet Fuadi

(2022:147) Menyatakan Bahwa Keputusan pembelian sebagai tahap keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian suatu produk Fenny Krisna

Marpaung (2021:53) Keputusan pembelian merupakan tahap selanjutnya setelah adanya niat atau keinginan membeli; namun keputusan pembelian adalah tidak sama dengan pembelian yang sebenarnya (actual purchase). Ketika konsumen memilih untuk membeli suatu merek, ia masih harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian yang sebenarnya.

Keripik adalah sejenis makanan ringan berupa irisan tipis dari umbi-umbian, buah-buahan, atau sayuran yang digoreng di dalam minyak nabati. Untuk menghasilkan rasa yang gurih dan renyah biasanya dicampur dengan adonan tepung yang diberi bumbu rempah tertentu. Keripik dapat berasa dominan asin, pedas, manis, asam, gurih atau paduan dari ke semuanya (Oktaningrum dkk, 2013).

Menurut Sari (2013), ikan merupakan sumber protein yang tinggi dengan kadar lemak yang rendah, sehingga memberikan banyak manfaat bagi kesehatan tubuh manusia. Berbagai metode dan varian rasa dalam mengolah ikan membuat banyak orang memilih untuk mengolahnya menjadi kerupuk ikan.

Kerupuk ikan dibuat dari campuran tepung dan daging ikan sebagai bahan utamanya. Selain kerupuk ikan, jenis lain yang juga populer adalah kerupuk udang, yang terbuat dari adonan tepung dan udang. Kualitas kerupuk ikan maupun kerupuk udang sangat dipengaruhi oleh seberapa banyak ikan atau udang yang digunakan dalam proses pembuatannya. Semakin tinggi kandungan ikan atau udang dalam adonan, maka semakin baik pula kualitas kerupuk yang dihasilkan.

Kerupuk ikan menjadi makanan yang digemari oleh berbagai kalangan, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Beragam jenis ikan dapat dijadikan bahan dasar dalam pembuatan kerupuk, seperti ikan belida, ikan tenggiri, ikan ekor kuning, ikan tengke, ikan tongkol, ikan bandeng, dan lain-lain.

Menu rasa yang bervariasi dengan kualitas dan rasa yang baik serta tampilan yang unik, sesuai dengan harga yang ditawarkan kepada konsumen. Harga yang ditawarkan relatif terjangkau dan bersaing dengan usaha keripik lainnya, di mulai dengan harga Rp 10,000 sampai dengan Rp 20,000/bungkus. Strategi ini dilakukan oleh pihak Keripik Ikan agar produknya dapat dinikmati oleh berbagai kalangan.

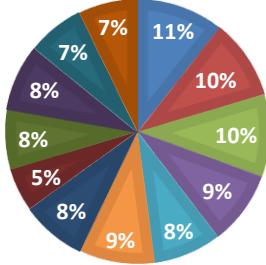
Penjualan Keripik Ikan tidak bersifat konstan, artinya terjadi naik turun terhadap volume penjualan dan jumlah

konsumen setiap bulannya, hal tersebut dapat di lihat pada data penjualan sebagai berikut:

Gambar Grafik 1.2 Daftar Penjualan Kripik Ikan Tahun 2024

GRAFIK DAFTAR PENJUALAN KRIPIK IKAN TAHUN 2024

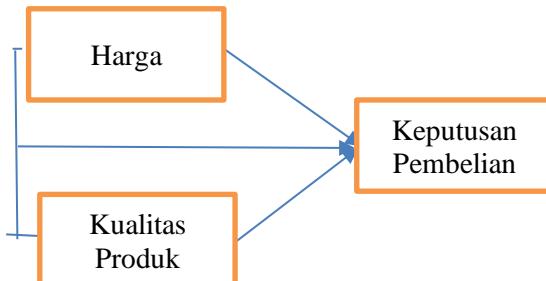
jan Feb Mar April Mei jun
juli Agus Sept Okt Nov Des



Berdasarkan data penjualan pada tabel 1.2, dapat diketahui bahwa terjadi fluktuasi penjualan dari bulan jan 2024 sampai dengan Des 2024 dimana penjualan terendah terjadi pada bulan Agus 2024 dan tertinggi pada bulan januari 2024 . Penjualan terendah pada bulan Agus 2024 terjadi karena bertepatan pada bulan itu ada pesaing baru yang mengakibatkan minimnya pembelian yang terjadi sedangkan penjualan tertinggi dibulan januari terjadi karena adanya promo diawal tahun. Hal ini mungkin dapat di atasi apabila pihak Keripik Ikan mengetahui dan memperhatikan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian sehingga dapat memperbaikinya. Berdasarkan pengamatan dan urain latar belakang di atas dapat di identifikasi beberapa masalah yang timbul, antara lain : 1) Keripik Ikan memberikan harga yang relatif murah, akan tetapi belum bisa menambah konsumen untuk berlangganan Keripik Ikan, 2) Produk Keripik Ikan yang di tawarkan sebenarnya mempunyai kelengkapan rasa dan kualitas yang cukup baik akan tetapi adanya persaingan dengan pasar lain, sehingga perlu adanya kajian untuk meningkatkan produk yang ada baik dari kuantitas maupun kualitas. 3) Keripik Ikan sudah melakukan promosi produk, akan tetapi Harga yang di lakukan masih kurang menjangkau pembeli.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan Pengaruh Harga

Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Ikan Di Kelurahan Sungai Langkai Batam



H1: Variabel Harga Produk diduga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kerupuk ikan di kelurahan sungai langkai Kecamatan sagulung batam.

H2: Variabel Kualitas Produk diduga berpengaruh positif dan signifikan Keputusan Pembelian kerupuk ikan di kelurahan sungai langkai Kecamatan sagulung batam

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dimana penelitian kuantitatif merupakan ancangan terstruktur dan spesifik serta formal dan mempunyai rancangan operasional yang detail (Yusuf, 4.1 Hasil Uji Validitas 2017: 58). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif karena ingin membuktikan pengaruh antar variabel melalui pengujian hipotesis yang didukung oleh hasil pengolahan data statistic berupa angka dengan menggunakan SPSS versi 26. Data diperoleh langsung dari responden dari penyebaran kuesioner melalui google form. Responden mengisi kuesioner yang disebar dengan sebenarnya dan kemudian hasil dari jawaban responden yang didapat diolah dengan menggunakan metode kuantitatif.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampling jenuh, artinya semua populasi penelitian yang berjumlah 100 orang berbelanja di Toko penjual keripik Ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung digunakan sebagai sampel seluruhnya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan dilakukan penelitian ini adalah guna melihat apakah Harga dan kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan penjualan keripik ikan di kelurahan Sungai Langkai kecamatan Sagulung Batam.

Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,418	0,2006	Valid
X3.2	0,356	0,2006	Valid
X3.3	0,503	0,2006	Valid
X3.4	0,490	0,2006	Valid

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,210	0,2006	Valid
Y.2	0,346	0,2006	Valid
Y.3	0,292	0,2006	Valid
Y.4	0,490	0,2006	Valid

4.2. Hasil Uji Reliabilitas

persepsi kualitas dan loyalitas pelanggan dinyatakan berkorelasi signifikan terhadap Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Indikator	r alpha	Kaidah	Keterangan
Harga (X1)	4 Item	0,665	0,70	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	6 Item	0,678	0,70	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	4 Item	0,670	0,70	Reliabel

Cronbach's Alpha >0,60 dikatakan reliabel. Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai cronbach's alpha masing-masing variabel Harga (X1) yaitu 0,665, Kualitas Produk (X2) yaitu 0,678 dan Keputusan Pembelian (Y) yaitu 0,760 lebih besar dari 0,6. Maka kesimpulannya bahwa semua kuesioner yang terdapat pada setiap variabel Harga , kualitas produk dan keputusan pembelian dikatakan dapat dipercaya atau reliabel.

4.3 Hasil Uji Normalitas

Uji Normalitas	Nilai Sig. > 0,05	Keterangan
Asymp. Sig.	0,193	Data Berdistribusi Normal

Sumber ; Data Primer yang diolah SPSS 26

Hasil pengujian normalitas data dengan uji one-sample Kolmogorov-Smirnov pada tabel 4.13 menunjukkan hasil Asymp. Sig. sebesar 0,094 yang mempunyai nilai lebih besar dari 0,05, sehingga data berdistribusi normal. Sehingga syarat pengujian normalitas telah terpenuhi.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X2)

Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,397	0,2006	Valid
X1.2	0,695	0,2006	Valid
X1.3	0,689	0,2006	Valid
X1.4	0,695	0,2006	Valid
X1.5	0,689	0,2006	Valid
X1.6	0,244	0,2006	Valid

4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Collinearity Statistic	
	Tolerance	VIF
Harga (X1)	0,963	1,038
Kualits Produk (X2)	0,778	1,285

Hasil pengujian multikolinieritas tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada semua variabel penjelas model regresi yang digunakan yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2), kurang dari angka 10.

4.5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
	B	Std. Error	Beta
Konstanta	8,883	1,941	
Harga	0,010	0,079	0,012
Kualitas produk	0,003	0,061	0,005

Sumber : Data Output SPSS yang diolah oleh peneliti, 2025.

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi pengaruh persepsi label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Kripik ikan di kelurahan sungai Lanagkai Kecamatan Sagulung Batam sebagai berikut :

$$Y = b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 0,012X_1 + 0,005X_2 + e$$

Berdasarkan nilai koefisien regresi dari variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian (Y) pada Kripik ikan di kelurahan sungai Lanagkai Kecamatan Sagulung Batam

Dari tabel 5 diatas disimpulkan bahwa persamaan analisis regresi linear berganda yaitu :

- 1) Variabel harga (X1) mempunyai koefisien regresi sebesar 0,012. Artinya variabel Harga (X1) mempunyai pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian (Y), apabila variabel Harga (X1) meningkat sebesar satu satuan maka keputusan pembelian (Y) akan meningkat sebesar 0,012 atau apabila variabel Harga (X1)

4.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R2)

Model	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
harga (X1)	2,127	1,98609	0,026
Kualitas produk (X2)	2,043	1,98609	0,037

1) Harga (X1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan df (N-k-1) = 96-3-1 = 92 diperoleh ttabel = 1,98609.

Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai thitung sebesar 2,127. Dengan demikian thitung lebih besar dari pada ttabel ($2,127 > 1,98609$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, thitung berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam, sehingga H1 diterima.

2) Kualitas produk (X2)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan df (N-k-1) = 96-3-1 = 92 diperoleh t_{tabel} = 1,98609.

Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2,029. Dengan demikian t_{hitung} lebih besar dari pada t_{tabel} ($2,029 > 1,98609$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, t_{hitung} berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam, sehingga H1 diterima.

4.7. Hasil Uji T

Model	t _{hitung}	t _{tabel}	Sig.
harga (X1)	2,127	1,98609	0,026
Kualitas produk (X2)	2,043	1,98609	0,037

1) Harga (X1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan df (N-k-1) = 96-3-1 = 92 diperoleh t tabel = 1,98609. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai thitung sebesar 2,127. Dengan demikian thitung lebih besar dari pada t tabel ($2,127 > 1,98609$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, thitung berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, artinya harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam, sehingga H1 diterima.

2) Kualitas produk (X1)

Dengan pengujian dua sisi yang menggunakan tingkat signifikan sebesar $\alpha = 0,05$ dan dengan derajat kebebasan df (N-k-1) = 96-3-1 = 92 diperoleh ttabel = 1,98609. Hasil perhitungan pada regresi linier berganda diperoleh nilai thitung sebesar 2,029. Dengan demikian thitung lebih besar dari pada ttabel ($2,029 > 1,98609$), seperti terlihat pada tabel diatas. Dengan demikian, thitung berada pada daerah Ho ditolak dan Ha diterima, artinya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam, sehingga H1 diterima.

4.8 Hasil Uji F

Model	F _{hitung}	F _{tabel}	Sig.
Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian secara bersama-sama	6,584	2,70	0,000

Langkah ketiga menentukan besarnya F hitung = 6,584 yang telah disajikan tabel ANOVA dalam persamaan regresi. Langkah keempat yaitu membuat keputusan pengujian dengan cara membandingkan antara F hitung dengan F tabel. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($6,584 > 2,70$) maka hipotesis yang menyatakan bahwa diduga terdapat pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam dapat diterima dan terbukti benar.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara bersama-sama antara harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam, berdasarkan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Sehingga secara bersama-sama baik harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan analisis tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam” maka disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Kripik ikan di kelurahan sungai Langkai Kecamatan Sagulung Batam.

DAFTAR PUSTAKA

Afriyani, L dan Primaraga S. I. W. 2023. “The Influence of Product Quality Brand Image and Price on Purchasing Decisions Pixy Lipstick Products in Cikarang.” Enrichment: Journal of Management. 13 No. 2.987-994.

- Agatha, M., & mariaagathawidya, M. (n.d.). Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Barong Gung Tulungagung.
- Barreto, J. S., Luh K.C.D. dan Lucio X. 2023. “The Influence of Brand Image and Product Quality on Purchase Decisions of Packaged Drinking Water in Liquiça District, DILi – Timor Leste.” International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding. 10 No. 1.332-340.
- Buchory., A, dan Saladin, D. 2022. Manajemen Pemasaran: Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi dan Tanya Jawab. Bandung: CV. Linda Karya.
- Fadhilah, K.N. dan Sugiyono. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung.” Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. 10 No. 7.1-22.
- Fatmaningrum, S. R., Susanto dan Muinah F., 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea.” Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi). 4 No. 1.176- 188.
- Fera dan Charisma A. P. 2021. “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi di Kota Palembang.” Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen. 3 No. 1.1-13.
- Ferdinand, F., Saputra, M. H., Tan, F., Favian, L., & Tio, M. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Mixue di The Hok. Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Kewirausahaan (JUMANAGE), 3(1), 323–335. <https://doi.org/10.33998/jumanage.2024.3.1.1589>
- Firmansyah, A. 2023. Perilaku Konsumen. Deepublish Budi Utama. Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2023. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.
- Gracia, B. A., Dipayanti, K., & Nufzatutsaniah, N. (2024). Pengaruh

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(3), 275–292.
<https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i3.41049>
- Hariny, dkk. 2023. Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran. Bali: Intelektual Manifes Media.
- Hasan, S. (2024). The Influence Of Product Price And Quality On Purchasing Decisions Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. In *Management Studies and Entrepreneurship Journal* (Vol. 5, Issue 2).
<http://journal.yrpipku.com/index.php/msej>
- Hasmiati, dkk, 2020. "The Effect of Brand Image and Price on Product Purchase Decisions at the Sewing House Akhwat Makassar." *Pinisi Business Administration Review*. 2 No. 2.57-68.
- Herman, H., Wahyuni, D., Djuanda, M., & Fitriyani, L. (n.d.). Pengaruh Kepercayaan, Harga Kamar Dan Promosi Digital Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel 89 Kota Batam. In *Jurnal Escience Humanity* No (Vol. 5).
- Hermawan, dkk. 2023. Buku Referensi Perilaku Konsumen 4.0. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Indriantoro, N. dan Bambang S. 2023. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE.
- Intan Aghitsni, W., & Busyra, N. (n.d.). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. 6(3), 2022.
- Irvandinata, R., Gaol, L., Hidayat, N., Tampubolon, A., Amelia, G., & Gultom, M. (2024). *Aurelia: Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Indonesia Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi kasus: Mahasiswa)* Prodi Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Medan). Rianto Irvandinata Lumban Gaol, 3(2). jacklin gerung, C., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2), 2221–2229.
<https://doi.org/10.35794/emba.v5i2.16521>
- Jakarta.
- Kabanga, M. S. dan Yefta S. 2022. "Pengaruh Kualitas Makanan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Restoran Suka Ramai Kupang)." *Jurnal Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (JPIPS)*. 14 No. 2.273-280.
- Kaharu, D., & Budiarti, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Promosi, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Cosmic. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, ISSN : 2461-0593, 5(3), 1–24.
- Kotler, P. 2020 *Manajemen Pemasaran di Indonesia: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lomban, A. E., Altje L T. dan Rudy S W., 2021. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Planet Surf di Manado Town Square." *Jurnal EMBA*. 9 No. 3.648-658.
- Luhgiantno, dkk. 2024. Perilaku Konsumen. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Moleong, L. J. 2020. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja
- Mulyadi, M. N. 2022. "Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor Untuk Keperluan Usaha Waralaba." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*. 10 No. 3.511-518.
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganeshaa, P. (n.d.).

- Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). 5(3), 2021.
- Nadiya, F. H. dan Susanti W. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)." Prosiding Seminar Nasional Unimus. 3.1096-1104.
- Pratiwi, R. A., Ratih J. dan Chalimatuz S. 2022. "The Influence of Brand Image, Product Quality, and Price on Purchase Decisions (Study on iPhone Smartphone Users in Malang City)." Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. 02 No. 02.129-137.
- Rangkuty. 2020. Studi Kelayakan Bisnis & Investasi. Gramedia Pustaka Utama.
- Ristanti, A. dan Sri S. I., 2020. "Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Nature Republic Di Surabaya." Jurnal Ilmu Manajemen. 8 No. 3.1026-1037.
- Romadon, A. S., Meirisa A. P. dan Salwa N. K. 2023. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Shopee." Solusi: Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi. 21 No. 3.672-682.
- Rosdakarya.
- Rosyadi, Z. A. dan Budi I. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi." Mabha Jurnal. 3 No. 2.60-69.
- Schiffman dan Kanuk. 2017. Perilaku Konsumen. Edisi Kedua. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Semarang: BPFE Universitas Diponegoro.
- Sihombing, L. A., dkk, 2023. "The Effect of Price and Product Quality on Consumer Purchasing Decisions through Brand Image." International Journal of Finance, Economics and Business. 2 No. 1.44-60.
- Sitanggang, F., Anwar S. dan Deni F. M. 2020. "Pengaruh Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Ban Sepeda Motor Merek Swallow Pada PT. Industri Karet Deli Medan." Tijarah. 1 No. 19.135-142.
- Sudirman, dkk. 2023. Manajemen Pemasaran Berbasis Pelanggan. Bandung: Media Sains Indonesia.
- Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, J. 2022. Statistik Teori dan Aplikasi. Jakarta: Erlangga. Tjiptono, F. 2023. Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar dan Husein. 2016. Study Kelayakan Bisnis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Zamroni, A. (2017). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent Pada Konsumen Indomaret Plus Di Jalan M. Yamin Samarinda. Ilmu Dan Riset Manajemen, 6(3), 1–16.
- Zusrony, E. 2023. Perilaku Konsumen di Era Modern. Semarang: Prima Agus Teknik.