

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Duta Dharma Cabang Padat Karya Kota Prabumulih

Rahmona Meisya Dwiarsy *¹
Amandin ²
Jumadi Walajro ³

^{1,2,3} Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Prabumulih

*e-mail: rahmonameisya@gmail.com¹, amandinpp50@gmail.com², jumadiwalajro@unpra.ac.id³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk memastikan apakah harga dan kualitas produk mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli di CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. Sampel dan populasi yang diteliti adalah sebanyak 60 orang dari seluruh konsumen CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu berupa hasil kuesioner yang diperoleh dari responden konsumen CV. Duta Dharma Kota Prabumulih. Aplikasi komputer Statistical Product and Service Solution (SPSS) versi 26 digunakan untuk memproses pendekatan analisis linier berganda. Dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas produk. Harga memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian konsumen, dengan ambang batas signifikansi $0,001 < 0,05$. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh harga dan kualitas produk secara bersamaan, dengan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine whether price and product quality influence consumer decisions to purchase at CV. Duta Dharma, Prabumulih City. The sample and population studied were 60 people from all consumers of CV. Duta Dharma, Prabumulih City. The data used in this study are primary data, namely the results of questionnaires obtained from consumer respondents of CV. Duta Dharma, Prabumulih City. The Statistical Product and Service Solution (SPSS) version 26 computer application was used to process the multiple linear analysis approach. With a significance value of $0.000 < 0.05$, the research findings indicate that consumer purchasing decisions are significantly influenced by product quality. Price has a significant influence on consumer purchasing decisions, with a significance threshold of $0.001 < 0.05$. Purchasing decisions are influenced by price and product quality simultaneously, with a significance value of F of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision

PENDAHULUAN

Persaingan antar bisnis di Indonesia saat ini sangat ketat karena mereka semua ingin memperluas pangsa pasar dan menarik klien baru. Sektor jasa percetakan adalah salah satu perusahaan yang menghadapi persaingan ketat ini.

Dalam suatu bisnis salah satu kunci keberhasilannya adalah pemasaran. "Menurut Kotler dan Armstrong (dalam Amalia, 2019:98), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana pribadi atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran nilai dengan yang lain."

Secara umum pembeli akan membeli barang yang memenuhi kebutuhannya baik secara materi maupun dari segi kualitas dan keunggulan produk tersebut. "Menurut Mowen dan Minor (dalam Asnawi, dkk 2019:20), Kualitas produk mengacu pada kapasitas produk untuk memenuhi tuntutan eksplisit dan implisit."

Salah satu hal utama yang dipertimbangkan pembeli saat memutuskan barang yang akan dibeli adalah harga. Harga suatu produk memiliki pengaruh besar terhadap nilai yang ditawarkannya kepada pelanggan, bagaimana produk tersebut dipersepsikan, dan bagaimana mereka memutuskan untuk membelinya. "Menurut Tjiptono (dalam Amalia, 2019:99), harga adalah hukum moneter yang dapat ditikarkan untuk mendapatkan hak atas suatu barang atau memakai layanan jasa."

Berdasarkan pernyataan kualitas dan harga produk berkaitan dengan keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik dan harga yang terjangkau merupakan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu PT, Duta Dharma harus meningkatkan kesesuaian kualitas produk dan harga produknya.

Latar belakang ini memungkinkan terciptanya judul penelitian. **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada PT. Duta Dharma Kota Prabumulih”**.

METODE

Jenis Penelitian

Dengan menggunakan metode kuantitatif, strategi penelitian ini menyelidiki bagaimana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada Pt. Duta Dharma Kota Prabumulih

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dari 1 April 2025 hingga 31 Mei 2025, hingga penulis memiliki semua data yang diperlukan untuk penelitian ini.

Tempat penelitian ini dilakukan di CV. Duta Dharma prabumulih yang terletak di Gunung Ibul, Kecamatan Prabumulih Timur, Kota Prabumulih, Sumatera Selatan.

Populasi dan Sampel

Populasi penelitian terdiri semua konsumen CV. Duta Dharma cabang ke 3(tiga) Prabumulih pada periode 1 April 2025 sampai 31 Mei 2025 yang berjumlah 60 konsumen.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan penulis adalah teknik *non-probability sampling*. Teknik *non-probability* yang dipilih yaitu dengan sampel jenuh. Sampel jenuh adalah teknik dimana seluruh populasi dijadikan sebagai sampel.

Sumber Data

Dua jenis sumber data digunakan dalam penelitian ini, data primer dan data sekunder. Informasi yang dikumpulkan dengan menggunakan berbagai teknik, antara lain observasi, angket, dan wawancara, yang berasal langsung dari sumber asli atau responden yang disebut data primer. Sedangkan data sekunder adalah informasi yang berkaitan dengan topik penelitian yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber lain, seperti buku, jurnal ilmiah, dan internet..

Variabel Penelitian

1. Variabel Bebas (*Independen Variabel*)

a) Kualitas produk (X_1)

”Menurut Kotler dan Keller (dalam Milano, dkk 2021:16), Kapasitas suatu produk untuk memenuhi tujuannya dikenal sebagai kualitas produk, dan mencakup beberapa aspek seperti daya tahan umum, keakuratan, ketergantungan, serta kesederhanaan penggunaan dan pemeliharaan.”

b) Harga (X_2)

”Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:146-147), mengklaim bahwa sementara komponen bauran pemasaran lainnya menghasilkan biaya, penetapan harga adalah satu-satunya komponen yang menghasilkan uang.”

2. Variabel Terikat (*Dependen Variabel*)

a) Keputusan Pembelian (Y)

”Menurut Tjiptono (dalam Vanny, dkk 2022:143), Proses melakukan pembelian melibatkan sebelum melakukan pembelian, konsumen harus mempelajari lebih lanjut tentang merek atau produk tertentu dan mengevaluasi seberapa baik setiap pilihan dapat menyelesaikan masalah mereka.”

Teknik Pengumpulan Data

distribusi kuesioner, observasi, wawancara, dan tinjauan sumber sekunder, termasuk buku, jurnal ilmiah, penelitian sebelumnya, dan data daring, adalah beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengumpulkan data.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, pendekatan kuantitatif untuk analisis data dilakukan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics* versi 26. Langkah pertama dalam penelitian ini adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan alat penelitian memenuhi persyaratan kelayakan yang dipersyaratkan. Uji asumsi klasik kemudian dilakukan, yang meliputi: uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas digunakan untuk memastikan apakah data variabel independen dan dependen terdistribusi secara teratur, apakah terdapat hubungan antar variabel independen, dan apakah terdapat ketidaksetaraan varians residual antar observasi. Regresi linier berganda dilakukan untuk memastikan derajat dan arah hubungan antara variabel independen (kualitas produk dan harga) dan variabel dependen (keputusan pembelian) setelah semua uji asumsi terpenuhi. Uji t (parsial) menguji dampak masing-masing variabel independen secara independen terhadap variabel dependen, sedangkan uji F (simultan) menguji dampak semua variabel independen secara bersama-sama. Terakhir, koefisien determinasi (R^2) menunjukkan seberapa baik faktor-faktor independen dapat menjelaskan variasi variabel dependen.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana keputusan pembelian konsumen pada CV. Duta Dharma di Kota Prabumulih dipengaruhi oleh kualitas produk dan harga. Data dikumpulkan dari 60 responden melalui penyebaran kuesioner yang telah disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel. Responden terdiri dari karakteristik dominan laki-laki sebanyak 33 orang (55%), dengan rentang usia 21–30 tahun sebanyak 19 orang (31,7%), berstatus pekerjaan sebagai wiraswasta sebanyak 21 orang (35%), dan memiliki pendapatan sebesar Rp2.000.000–Rp3.000.000 sebanyak 18 orang (30%).

Untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, digunakan perangkat lunak IBM SPSS *Statistics* 26. Sebelum dilakukan analisis lanjutan, terlebih dahulu dilakukan uji validitas untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan pada kuesioner mampu mengukur konstruk dari variabel yang dimaksud, yaitu kualitas produk, harga, dan keputusan pembelian. Setelah semua item dinyatakan valid, penelitian dilanjutkan ke tahap berikutnya.

Tabel 1
Hasil uji validitas kualitas Produk
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X101	37.2000	16.197	.664	.862
X102	37.1333	16.389	.592	.867
X103	37.0167	17.644	.527	.872
X104	37.1000	15.176	.629	.866
X105	37.0333	16.473	.589	.867
X106	37.0167	15.881	.738	.856
X107	37.1167	16.071	.711	.858
X108	37.0667	15.521	.717	.857
X109	37.0167	17.271	.444	.878
X110	36.8000	17.620	.450	.876

Sumber: data yang diolah, 2025(SPSS 26)

Semua nilai validitas untuk pertanyaan variabel kualitas produk (X_1) telah dianggap valid, sebagaimana ditunjukkan pada tabel terlampir. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,254), yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Harga
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X201	37.9500	12.184	.310	.693
X202	38.0833	11.400	.398	.678
X203	37.9000	12.058	.290	.697
X204	38.1000	11.481	.451	.670
X205	38.0000	11.661	.349	.687
X206	37.9833	11.915	.292	.697
X207	38.0667	11.792	.344	.687
X208	38.1167	11.325	.411	.676
X209	37.7833	11.495	.483	.666
X210	37.8167	12.017	.339	.688

sumber: data yang diolah 2025 (SPSS 26)

Nilai validitas untuk setiap variabel harga (X_2) dinyatakan valid, Berdasarkan tabel sebelumnya. Hal ini ditunjukkan dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,254), yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	37.3833	14.444	.282	.718
Y02	37.5833	14.281	.283	.718
Y03	37.4667	13.779	.367	.705
Y04	37.6500	13.757	.417	.698
Y05	37.3333	14.260	.292	.717
Y06	37.5000	13.441	.425	.696
Y07	37.4833	13.542	.384	.703
Y08	37.4833	12.491	.683	.655
Y09	37.5000	13.949	.346	.708
Y10	37.4667	13.541	.379	.703

Sumber: data yang diolah 2025 (SPSS 26)

Nilai validitas untuk setiap pertanyaan variabel keputusan konsumen (Y) semuanya dianggap valid, seperti yang terlihat pada Tabel 3 di atas. Hal ini ditunjukkan oleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,254), yang dapat digunakan untuk penelitian lebih lanjut.

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

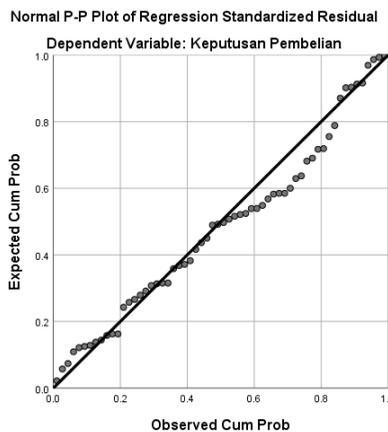
	Reliability Statistics	
VARIABEL	Cronbach's Alpha	N of Items
X1	.868	10
X2	.771	10
Y	.774	10

Sumber: data yang diolah 2025 (SPSS 26)

peneliti dapat menyimpulkan bahwa, seperti yang dapat dilihat dari tabel di atas, Setiap variabel dalam penelitian ini dapat dianggap dapat dipercaya karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih dari 0,60.

Metode pengukuran kelayakan model regresi kemudian dikonfirmasi menggunakan uji asumsi klasik. Grafik di bawah ini menunjukkan temuan uji data ini:

Gambar 1
Hasil Uji Normalitas



Sumber: data diolah tahun 2025 (SPSS 26)

Distribusi normal akan menghasilkan garis diagonal lurus, seperti yang terlihat pada Gambar 1 berdasarkan uraian di atas, distribusi normal akan menghasilkan garis diagonal lurus, apabila data menunjukkan garis lengkung yang cenderung simetris terhadap nilai mean atau rata-rata, maka dikatakan data tersebut terdistribusi normal. Data dinyatakan berkontribusi normal jika sebaran data membentuk titik-titik yang mendekati garis diagonal.

Tabel 5
Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.939	1.064
	Harga	.939	1.064

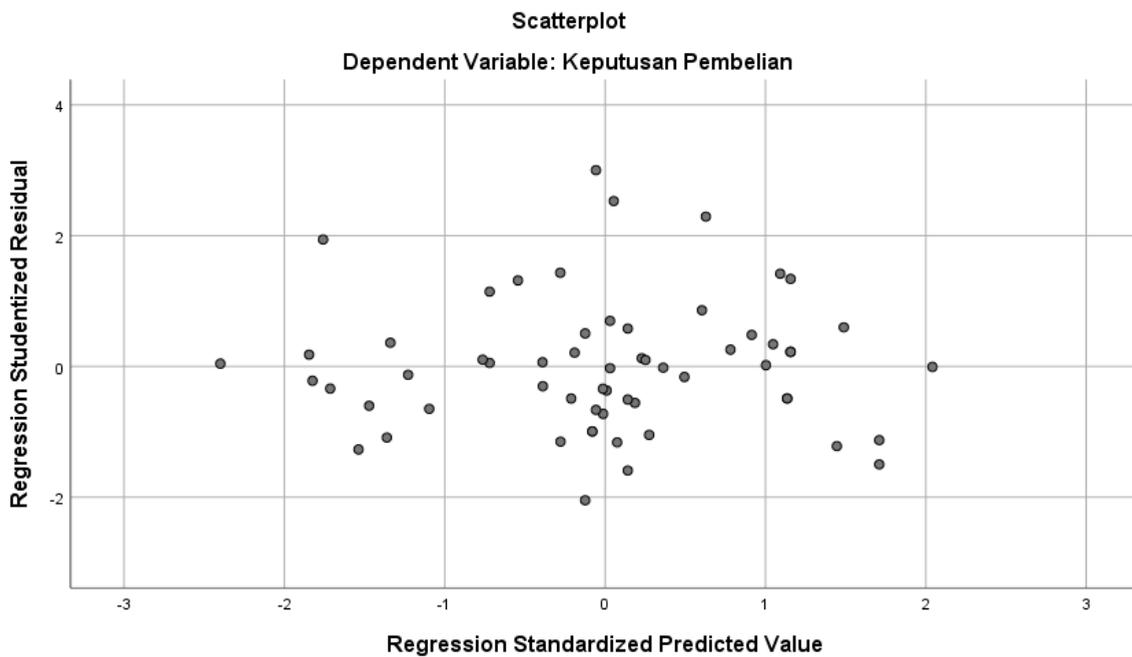
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025 (SPSS 26)

Tidak terdapat multikolinearitas pada variabel-variabel tersebut, berdasarkan nilai toleransi dan VIF pada tabel di atas.

Gambar 2

Uji Heteroskedasitas



Sumber: data diolah tahun 2025 (SPSS 26)

Grafik tersebut di atas menunjukkan bahwa model regresi bersifat heteroskedastisitas karena uji heteroskedastisitas tidak mengidentifikasi pola dengan jelas dan titik-titik tersebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
	Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
	Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025 (SPSS 26)

Seperti yang terlihat pada tabel 6 di atas, fungsi regresi yang diperoleh dari hasil uji regresi adalah:
 $Y = 5.880 + 0.522X_1 + 0,327X_2 + e$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Nilai konstanta $\alpha = 5,880$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel dependen, pilihan untuk membeli, akan tetap pada 5,880 jika variabel independen, yaitu kualitas produk dan harga, dianggap memiliki nilai konstan.

- b. Nilai koefisien regresi X_1 adalah 0,522, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel X_2 (harga) tetap konstan, skor keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,522 untuk setiap kenaikan 1% variabel kualitas produk (X_1).
- c. Nilai koefisien regresi X_2 adalah 0,327, yang menunjukkan bahwa, dengan asumsi variabel X_1 (kualitas produk) tetap konstan, skor keputusan pembelian (Y) akan naik sebesar 0,327 untuk setiap kenaikan 1% variabel harga (X_2). Kemudian, untuk pengujian hipotesis, digunakan uji-t dan uji-F. Uji-uji ini mengamati bagaimana setiap variabel independen memengaruhi variabel dependen dengan cara yang berbeda.

Tabel 7
Hasil Uji Parsial (Uji T)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.880	4.652		1.264	.211		
	Kualitas Produk	.522	.083	.585	6.294	.000	.939	1.064
	Harga	.327	.094	.322	3.463	.001	.939	1.064

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah tahun 2025 (SPSS 26)

Hipotesis pertama dan kedua diterima karena uji-t (uji parsial) mendukung kesimpulan ini. Nilai t yang dihitung dari variabel kualitas produk dan harga masing-masing adalah 6.294 dan 30463, yang keduanya lebih tinggi daripada nilai t_{tabel} sebesar 2.001.

Tabel 8
Uji f (Uji Simultan)
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	515.874	2	257.937	33.180	.000 ^b
	Residual	443.109	57	7.774		
	Total	958.983	59			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: data diolah 2025 (SPSS 26)

Uji simultan, atau uji F, menampilkan variabel harga dan kualitas produk secara bersamaan memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap keputusan pembelian, dengan nilai F_{hitung} sebesar 33.180, jauh lebih tinggi daripada nilai F_{tabel} sebesar 4.01 dan nilai signifikansi sebesar 0,000.

Untuk mengetahui sejauh mana variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara bersama-sama memengaruhi keputusan pembelian (Y), dilakukan pengujian koefisien determinasi. Koefisien determinasi yang sering digunakan pada prinsipnya melihat besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, bila angka koefisien determinasi dalam

model regresi terus menjadi kecil atau semakin dekat dengan nol berarti semakin kecil pengaruh semua variabel bebas terhadap variabel terikat.

Tabel 9
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.538	.522	2.788

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: data diolah 2025 (SPSS 26)

Ringkasan model menunjukkan bahwa R² (koefisien determinasi) yang disesuaikan yang dihasilkan adalah sebesar 0,522. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan mempunyai pengaruh sebesar 0.522 atau 52.2% terhadap keputusan pembelian, sedangkan sisanya sebesar 47.8% merupakan pengaruh dari faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian misalnya promosi, lokasi dan lainnya.

Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pembelian produk pada CV. Duta Dharma.

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis pertama (H₁) menyatakan bahwa kualitas produk (X₁) memengaruhi keputusan pembelian (Y). Koefisien regresi X₁ (kualitas produk) sebesar 0,522 satuan, yang menunjukkan bahwa peningkatan satu satuan variabel kualitas produk akan mengakibatkan peningkatan 0,522 satuan pada keputusan pembelian. Dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, variabel kualitas produk (X₁) sedikit memengaruhi variabel pilihan pembelian (Y) ketika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $6,294 > 2,001$. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang positif dan substansial antara kualitas produk (X₁) CV. Duta Dharma dengan keputusan pembelian (Y).

2. Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma.

Berdasarkan hasil penelitian, hipotesis kedua (H₂), yang menyatakan bahwa harga (X₂) memengaruhi keputusan pembelian (Y), memiliki koefisien regresi sebesar 0,327 satuan. Artinya, setiap kenaikan satuan variabel fasilitas akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,327 satuan. Dengan nilai signifikansi 0,001 > 0,05, variabel fasilitas (X₂) memiliki pengaruh parsial terhadap kepuasan pelanggan (Y) ketika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $3,463 > 2,001$. Hal ini menunjukkan bahwa harga (X₂) barang-barang di CV. Duta Dharma memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian mereka (Y).

3. Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma.

Harga (X₂) dan kualitas produk (X₁) secara simultan memengaruhi $f_{hitung} > f_{tabel}$, menurut hasil uji f. Hasil penelitian menunjukkan bahwa, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05, $f_{hitung} > f_{tabel}$, atau $33.180 > 4,01$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk (X₁) dan harga (X₂) memiliki pengaruh simultan yang positif dan substansial terhadap keputusan pembelian barang di CV. Duta Dharma, Cabang Padat Karya, Kota Prabumulih (Y).

Menurut uji determinasi, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh gabungan sebesar 0,522, atau 52,2%, terhadap keputusan pembelian, sedangkan kriteria lain yang tidak tercakup dalam penelitian ini menyumbang sisanya sebesar 47,8%.

KESIMPULAN

Adapun kesimpulan dari penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma cabang padat karya kota prabumulih, maka dapat ditarik kesimpulan yaitu Variabel kualitas produk (X_1) memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma. Hal ini terlihat dari hasil Uji t (Uji Parsial) yang menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh tingkat pendidikan sebesar 0,000 maka nilai signifikan dari kompensasi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dan berdasarkan nilai kualitas produk memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $6.294 > t_{tabel} 2.001$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan kualitas produk juga memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Variabel harga (X_2) juga memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Duta Dharma. Hal ini terlihat dari hasil Uji t (Uji Parsial) yang menunjukkan nilai signifikan yang diperoleh tingkat pendidikan sebesar 0.001 maka nilai signifikan dari kompensasi lebih kecil dari 0.05 ($0,000 < 0.05$) dan berdasarkan nilai harga memperoleh nilai t_{hitung} sebesar $3.463 > t_{tabel} 2.001$, maka dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan harga memberikan dampak terhadap keputusan pembelian. Dan dari hasil analisis menunjukkan bahwa koefisien determinasi (R^2) sebesar 0.538, yang berarti tingkat hubungan antara variabel bebas (kualitas harga dan produk) dengan variabel terikat (keputusan pembelian) sangat berdampak besar. Hal ini menunjukkan bahwa 53,8% pilihan untuk membeli dipengaruhi oleh harga dan kualitas barang, sedangkan kriteria lain yang tidak termasuk dalam studi ini menyumbang 46,2% sisanya.

DAFTAR PUSTAKA

- Ade Irawan. I (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Pada Aplikasi Online Dimasa Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah manajemen*, 7(1), 17-32.
- Amalia. N (2019) Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan). *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 96-104.
- Arna. B., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Menggunakan Metode Analisis Regresi Linear Berganda. *Jurnal Statistika Dan Matematika*, 1(1), 103-116.
- Asnawi. R., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Kosmetik Wardah Di Trasmart Bahu Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(3), 18-24.
- Boimau. H., & L. Juita (2021) Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grabbike. *Journal Of Management*, 14(2), 169-187.
- Dwi. T., & Nurlindah.R (2024) Pengaruh Kualitas Produk, Lifestyle, Country Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Kreatif Dan Inovasi*, 2(2), 275-295.
- F. Jordi., dkk (2022) Pengaruh Citra Merek, Kelompok Acuan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Layanan Internet Indihome Di PT. Telkom Tomohon. *Jurnal EMBA*, 10(1), 879-890.
- Lystia. C., dkk (2022) Determinasi Keputusan pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 392-403.
- Maruwu. M (2023) Pendekatan Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kualitatif, Metode Penelitian Kuantitatif Dan Metode Penelitian Kombinasi (*Mixed Method*). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2896-2910.
- Milano. A., dkk (2021) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju Batik Di Toko Florensia Kota Sawahlunto. *JM*, 3(1), 13-24.
- Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: ALFABETA, cv.

- Sulung, U. & Mohamad, M. (2024). Memahami Sumber Data Penelitian: Primer, Sekunder, dan Tersier. *Jurnal Edu Research*, 5(3): 110-116.
- Telagawathi, N.L.W.S & Satrya M.A.R (2021) Pengaruh kualitas pelayanan dan store atmosphere terhadap kepuasan pelanggan KFC. *Jurnal manajemen*, 7(2), 236-245
- Pratiwi. A., dkk (2019) Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen: Studi Kasus 212 mart Cikaret. *Jurnal Kajian ekonomi & Bisnis Islam*, 2(2), 150-160
- Rukmana. M., dkk (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan *Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian *Convenience Goods* Pada Konsumen Swalayan Kud Pakis. *Jurnal Riset Manajemen*, 73-89.
- Sinambela. P (2021). Metodologi Penelitian Kuantitatif Teoritik dan Praktik. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Sugiyono. (2022). Metodologi Penelitian: kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Taris. H., & Artanti. Y (2023) Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian: Studi Pada Konsumen Jasa Cetak Di Surabaya. *Journal Of Economic and Business innovation*, 72-86.
- Vanny. G., dkk (2022) Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricindo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 140-154