

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA CAMILAN KULPIKERS DI KAMPUNG BALI JAKARTA PUSAT

Erika Tiana Sari<sup>1</sup>, Erlita Kurniawaty<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>1</sup>erikatianasari76@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan  
e-mail: <sup>2</sup>wshizakuu@gmail.com

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the price and quality of the product on purchasing decisions at Kulpikers Snacks, Central Jakarta. The method used in this study is a quantitative method. The population in this study was 5,819 consumers, the sampling method used was the slovin technique totaling 98 consumers, using the accidental sampling technique. Data collection techniques through primary and secondary data. The analysis used regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis and hypothesis testing. The results of this study are product quality (X1) and price (X2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with the regression equation  $Y = 6.478 + 0.188 X1 + 0.603 X2 + \alpha$ . The determination coefficient has a simultaneous effect of 55.9%. Partial hypothesis testing obtained the results of product quality (X1) of  $t \text{ count} > t \text{ table}$  or  $(7.973 > 1.984)$ , then  $H_01$  is rejected and  $H_a1$  is accepted. This means that there is a positive and significant influence between the independent variables, namely Product Quality (X1) on purchasing decisions (Y). Partial hypothesis test obtained the result of price (X2) of  $t \text{ count} > t \text{ table}$  or  $(10.705 > 1.984)$ , then  $H_02$  is rejected and  $H_a2$  is accepted. This means that there is a positive and significant influence between the independent variable, namely price (X2) on purchasing decisions (Y). Simultaneous hypothesis test between product quality variables (X1) and price (X2) obtained the result of  $F \text{ count} > F \text{ table}$  or  $(60.300 > 1.984)$ . Thus  $H_03$  is rejected and  $H_a3$  is accepted, meaning that there is a significant influence simultaneously between product quality (X1) and price (X2) on purchasing decisions (Y) at Kulpikers Snacks, Central Jakarta.*

*Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decision.*

### Abstrak

Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Camilan Kulpikers, Jakarta Pusat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 5.819 konsumen, metode pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik slovin yang berjumlah 98 konsumen, dengan menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data melalui data primer dan sekunder. Analisis menggunakan analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini adalah kualitas produk (X1) dan harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi  $Y = 6,478 + 0,188 X1 + 0,603 X2 + \alpha$ . Koefisien determinasi berpengaruh secara simultan 55,9%. Uji hipotesis secara parsial diperoleh hasil kualitas produk (X1) sebesar  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(7,973 > 1,984)$ , maka  $H_01$  ditolak dan  $H_a1$  diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y). Uji hipotesis parsial diperoleh hasil harga (X2) sebesar  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau  $(10,705 > 1,984)$ , maka  $H_02$  ditolak dan  $H_a2$  diterima. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan

antara variabel independen yaitu harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y). Uji hipotesis secara simultan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) diperoleh hasil F hitung > F tabel atau (60,300 > 1,984). Dengan demikian Ho3 ditolak dan Ha3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Camilan Kulpikers, Jakarta Pusat.

Kata kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

## 1. PENDAHULUAN

Memiliki bisnis merupakan impian semua orang. Namun bagi sebagian orang memiliki kendala saat memulai dan membangun bisnis seperti ketersediaan modal dan sumber daya, ide bisnis, dan juga strategi pemasaran bisnis UMKM dalam menjalankannya. Biasanya untuk mengalikan kendala tersebut para calon pebisnis memulai bisnisnya dengan berbagai macam cara salah satunya adalah mengambil bisnis industri kuliner. Dengan sistem UMKM banyak yang memperoleh beberapa manfaat dan kelebihan. Selaku sistem usaha yang bisa memperluas bisnis, UMKM dinilai dapat memecahkan masalah kekurangan sumber daya manusia, keuangan, informasi, dan pengetahuan.

UMKM di Indonesia mencakup berbagai sektor, termasuk industri kuliner yang menjadi tulang punggung bisnis lokal, keunikan produk dan keterlibatan komunitas mendefinisikan esensi bisnis UMKM di tengah persaingan yang semakin ketat. Tingginya dari kemampuan wirausaha dan dalam meningkatkan pemahaman tentang teknologi yang saat ini sedang ditingkatkan oleh pemerintah. Secara umum dalam pengembangan UMKM memberikan banyak hasil yang cukup maksimal terhadap peningkatan kinerja.

Bisnis kuliner di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan perubahan pola konsumsi dan tren pasar. Inovasi produk, strategi pemasaran digital, dan fokus pada kualitas menjadi kunci kesuksesan UMKM di sektor kuliner, di Indonesia. Usaha produksi camilan kripik lumpia merupakan usaha yang dibuat untuk menciptakan inovasi baru dan memperoleh keuntungan serta dapat menciptakan peluang usaha baru dengan nama merek Kulpikers.

Lumpia merupakan jajanan tradisional khas tionghoa dan merupakan kuliner khas Semarang. Salah satu cara meningkatkan nilai ekonomis pada lumpia adalah dengan mengelolanya menjadi

camilan kripik lumpia dengan varian rasa yang banyak seperti, pedes, manis, asin, dan gurih. Camilan kripik lumpia merupakan inovasi untuk memudahkan masyarakat mengonsumsi lumpia, menjadikan produk tahan lama serta meningkatkan kreativitas dan nilai tambah dari lumpia tersebut, sehingga produk kripik lumpia ini dapat diterima oleh masyarakat luas khususnya Kampung Bali, Jakarta pusat, Camilan Kulpikers ini berdiri sejak 12 Desember 2018 dengan beberapa variasi produk diantaranya basreng, makaroni, dan kulit lumpia dan di dalam penelitian ini hanya produk kulit lumpia dengan merek Kulpikers.

Tabel 1.1

Data Penjualan Camilan Kulpikers Kampung Bali Jakarta Pusat

No.	Tahun	Total Penjualan (pcs)
1	2019	7.604
2	2020	5.239
3	2021	4.992
4	2022	6.773
5	2023	5.819
Jumlah		30.427

Sumber : Owner Camilan Kulpikers, 2023

Dari tabel diatas, maka dapat dilihat bahwa penjualan yang didapatkan oleh Camilan Kulpikers mengalami fluktuatif pada setiap tahunnya sehingga berdampak kepada omset perusahaan, dimana pada tahun 2019 realisasi pendapatan tertinggi sebesar 7.604. Pada tahun 2020 realisasi pendapatan menurun sebesar 5.239. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat masalah pada keputusan pembelian di Camilan Kulpikers rendahnya keputusan pembelian seperti fenomena diatas akan menjadi masalah besar bagi pemilik usaha. Apabila tingkat keputusan pembelian konsumen turun maka akan mempengaruhi pendapatan atau pemasukan pemilik usaha. Permasalahan dalam keputusan pembelian pada umumnya terjadi akibat adanya permasalahan pada kualitas produk dan harga yang ditawarkan.

Selain keputusan pembelian kualitas produk juga mempengaruhi konsumen untuk datang

ketempat tersebut. Faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang berkaitan dengan kualitas produk adalah harga.

Konsumen mengharapkan produk yang dibeli agar sesuai dengan berapa besar biaya yang telah digunakan untuk membeli produk tersebut. Pada hakekatnya harga ditentukan oleh biaya produk, namun dalam penetapan harga pemilik usaha juga mempertimbangkan nilai, manfaat, kualitas produk, dan juga harga yang kompetitif yang mampu bersaing. “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya yang meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan, operasi dan perbaikan serta atribut lainnya.

Peneliti melakukan pra survey kepada 10 orang responden. Responden tersebut merupakan konsumen yang telah melakukan pembelian sebelumnya. Pra survey ini dilakukan selama 7 (tujuh) hari dari tanggal 17 Februari 2024 sampai dengan 23 Februari 2024. Teknik kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan pertanyaan yang telah disediakan oleh peneliti, dengan secara langsung memberikan kuesioner kepada konsumen yang ingin membeli camilan kulpikers tersebut. Hasilnya pra survey yang dilakukan dapat dilihat dalam 1.2 sebagai berikut:

Tabel 1.1  
 Data Pra Survey Keputusan Pembelian Camilan Kulpikers

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban			
			Ya	%	Tidak	%
1	Pilihan Produk	Konsumen memilih produk kulpikers karena sesuai dengan kebutuhan	4	40%	6	60%
2	Pilihan Penyaluran	Lokasi camilan kulpiker mudah di jangkau	2	20%	8	80%
3	Waktu Pembelian	Camilan kulpikers bisa dibeli kapan saja	4	40%	6	60%
4	Jumlah Pembelian	Kulpikers selalu tersedia sesuai dengan keinginan konsumen	4	40%	6	60%
5	Metode Pembayaran	Metode pembayaran di camilan kulpikers bervariasi	1	10%	9	90%

Sumber: Data Pra-Survey pada Camilan Kulpikers Kampung Bali Jakarta Pusat, 2024

Berdasarkan pengamatan dilapangan dan wawancara dengan pemilik usaha, terdapat beberapa faktor yang menyebabkan penjualan di camilan kulpikers mengalami penurunan. Faktor yang paling dominan yaitu kualitas produk dan harga. Menurut Kotler dan Keller (2022:92), kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Namun, pada akhir-akhir ini kualitas produk camilan kulpikers mengalami penurunan.

Berikut adalah data hasil survey peneliti terhadap kualitas produk camilan kulpikers yang ada di Kampung Bali Jakarta pusat:

Tabel 1.2  
 Data Pra Survey Kualitas Produk Camilan Kulpikers Tahun 2024

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban			
			Ya	%	Tidak	%
1	Kinerja	Produk camilan kulpikers memiliki kualitas yang bagus	4	40%	6	60%
2	Keandalan	Kualitas produk lebih bagus dari pada yang lain	2	20%	8	80%
3	Keawetan	Ketahanan camilan kulpikers bisa bertahan lama	4	40%	6	60%
4	Konsistensi	Kelengkapan dan rasa camilan kulpikers sesuai dengan spesifikasi yang diberikan	4	40%	6	60%
5	Eстетika	Bentuk camilan kulpikers menarik pembeli	3	30%	7	70%
6	Persepsi Kualitas	Camilan kulpikers memiliki cita rasa yang enak dan gurih	3	30%	7	70%

Berdasarkan Tabel 1.2 diatas menurut responden terlihat bahwa masih banyak kekurangan pada produk camilan kulpikers. Dimulai dari ketahanan camilan tidak bisa bertahan lama, bentuk yang tidak rapih, kelengkapan rasa yang sedikit, dan terkadang ada keluhan dari konsumen terkait camilan kulpikers yang ketika di makan ada bau amis dan tekstur yang keras. Kekurangan diatas terjadi karena kurangnya pengendalian kualitas yang dilakukan oleh pemilik usaha tersebut sehingga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Selain dari data kualitas produk di atas, faktor lain yang menyebabkan penurunan penjualan di

camilan kulpikers adalah harga. Menurut Philip Kotler (2023:122), menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan kepada suatu produk atau layanan jasa. Artinya bahwa harga merupakan jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk atau jasa. Berikut daftar perbandingan harga camilan kulpikers dari pesaing terdekat camilan kulpikers

Tabel 1. 3

Data Perbandingan Harga

No	Nama Menu	Kulpikers	Camilan Teh Mía
1	Kulpi Balado	Rp. 7000	Rp. 6000
2	Kulpi Barbeque	Rp. 7000	Rp. 6000
3	Kulpi Jagung	Rp. 7000	Rp. 6000
4	Kulpi Pedes Asin	Rp. 7000	Rp. 6000
5	Kulpi Original	Rp. 7000	Rp. 6000

Dari data diatas terlihat bahwa harga jual camilan di camilan kulpikers relatif tinggi daripada pesaingnya, dimana harga Rp. 6.000/pcs. Sedangkan Camilan Kulpikers menetapkan harga sebesar Rp. 7.000/pcs. Hal ini disebabkan karena mahalnnya bahan baku yang dibeli dari sulplier. Maka dari itu, untuk menekan harga jual, Camilan Kulpikers perlu mencari suplier yang bisa menjual bahan baku dengan harga yang lebih murah.

Tabel 1. 4

Data Pra Survey Harga Camilan Kulpikers Tahun 2023

No	Indikator	Pertanyaan	Jawaban			
			Ya	%	Tidak	%
1	Keterjangkaun harga	Harga camilan kulpikers tidak terlalu mahal	2	20%	8	80%
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	Harga camilan kulpikers sesuai dengan kualitas yang ditawarkan	4	40%	6	60%
3	Daya saing harga	Harga camilan kulpikers lebih murah daripada camilan yang lain	0	0%	10	100%
4	Kesesuaian harga dengan manfaat	Kandungan protein dan gizi yang terkandung dalam camilan kulpikers sesuai dengan manfaat yang diharapkan	1	10%	9	90%

Berdasarkan tabel 1.3 harga menjadi pertimbangan utama dalam pembelian, disamping tidak menutup kemungkinan lainnya. Terciptanya

harga merupakan kesepakatan antara penjual dan pembeli dalam proses menawar. Menurut (Bakti, 2020:105), harga adalah nilai suatu produk atau jasa yang di nyatakan dengan uang. Sedangkan pengertian harga yaitu sejumlah uang (satuan moneter) dan atau aspek lain (non-aspek) yang mengandung utilitas tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas tertentu yang diperlukan untuk mendapatkan suatu jasa. Utilitas merupakan manfaat atau kepuasan yang didapat konsumen dari mengkonsumsi barang atau jasa.

Penentuan harga pula jadi perihal penting guna menarik atensi pelanggan, sebab dengan harga terjangkau calon konsumen hendak tertarik buat melaksanakan pembelian. Dalam memutuskan pembelian konsumen pasti hendak mencari data tentang harga serta membeli produk yang biayanya sangat cocok dengan keahlian membelinya. Industri wajib benar-benar menyadari kedudukan harga buat memastikan perilaku konsumen

## 2. PENELITIAN TERDAHULU

Erlita Kurniawaty (2021) Analisis keputusan pembelian konsumen ditinjau dari Hasil dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa promosi dan harga secara signifikan Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Vol, 9 No. 1, Juni 2021 ISSN : 2339-0689, E-ISSN : 2406-8616 promosi dan harga pada beras organik cv berkah maju makmur Tangerang Selatan berkontribusi terhadap keputusan pembelian di CV Berkah Maju Makmur.

Dwi Putra Hendro Ariyanto (2020) Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 9, Nomor 6, Juni 2020 e-ISSN: 2461-0593 (2020) Pengaruh Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, lokasi, dan store atmosphere memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Cafe Kopisae.

Novita Sukmawati1, Sri Rejeki Ekasasi2 (2020) Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan promosi secara positif dan CAKRAWANGSA BISNIS Vol 1, No 1 (2020): April 17-28 ISSN 2721-3102 (Online) keputusan

Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk Soyjoy di Yogyakarta.

Mahendra Supriyat Dinata, Imroatul Khasanah (2020) Vol 11 Nomor 2 Tahun 2022, ISSN (Online): 2337-3792 Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa persepsi harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan tidak memiliki pengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen cenderung lebih memperhatikan nilai produk dan harga daripada kualitas pelayanan dalam membuat keputusan

Sandra Oktaviana Pinaraswati<sup>1</sup>, Ilya Farida<sup>2</sup> (2021) Jurnal Eksekutif volume 18 No. 2 Desember 2021 Analisis Keputusan Pembelian Fastfood Berdasarkan Kualilitas Layanan, Harga Dan Kualitas produk Di Masa Pandemi Berdasarkan hasil penelitian secara simultan, variabel kualitas layanan, harga, dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fastfood di restoran Smack Burger Ngagel Jaya Selatan Surabaya.

Eva Okta Viana<sup>1</sup>, Retno Hartati<sup>2</sup> (2022) CAKRAWANGSA BISNIS Vol. 3, No. 2 (2022): Oktober 149-164 Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan "Mie Gacoan" Di Daerah Istimewa Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Mie Gacoan di Daerah Istimewa Yogyakarta (H1 dan H2 ditolak). Namun, lokasi memiliki pengaruh yang Yogyakarta) signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian (H3 diterima). Meskipun demikian, kualitas produk, harga, dan lokasi secara bersama-sama hanya menjelaskan 46% dari variabilitas dalam keputusan pembelian, sementara 54% sisanya dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Yulina Astuti<sup>1</sup>, Faisal Hamdani<sup>2</sup>, Muhammad Zulkarnain<sup>3</sup> Jurnal Manajemen Keuangan Syariah Vol. 5 No. 1, September 2021 Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Berdasarkan hasil

penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa keputusan pembelian di Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. Secara parsial, variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan juga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Alvino Ragasya (2022) JMM Online Vol. 6, No. 6, 347-361. © 2022 Kresna BIP. ISSN 2614-0365 e-ISSN 2599-087X Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Padang Selero Enak di Surabaya Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, lokasi, dan kualitas layanan secara positif dan signifikan mempengaruhi keputusan pembelian di Rumah Makan Padang Salero Enak di Surabaya.

Natasha Grandhis (2022) Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL, Volume 10, Nomor 3, 2022 ISSN 2355-5408, e-ISSN 2355-5416 Pengaruh Kualitas Produk dan kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang Samarinda. Lebih lanjut, peningkatan dalam kedua aspek tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian.

### 3. METODE PENELITIAN

#### a. Teknik analisis Data

Menurut, Sugiyono (2019:147) "Dalam penelitian kuantitatif analisa data merupakan kegiatan pengumpulan data dari sumber-sumber yang diperoleh". Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenisnya, mentabulasi berdasarkan variabel, menyajikan data berdasarkan variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan. Adapun metode analisis data yang

digunakan dalam melakukan penelitian ini adalah:

- 1) Uji Validitas  
Menurut Suharsimi Arikunto (2019:49) validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Menurut Sugiyono (2021, 175) instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.
  - 2) Uji Reliabilitas  
Reliabilitas adalah suatu instrumen yang dapat dipercaya untuk di gunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrumen tersebut sudah valid. Menurut Arikunto (2020:79) Menyatakan instrumen dikatakan reliabel jika instrumen tersebut cukup baik sehingga mampu mengungkapkan data yang bisa dipercaya.
- b. Uji Asumsi Klasik
- 1) Uji Normalitas  
Menurut Gujarati (2021:66) Uji normalitas dilakukan dengan tujuan agar mengetahui nilai residual terdistribusi normal atau tidak dalam suatu model regresi. Model dinilai baik jika residualnya terdistribusi normal.
  - 2) Uji Multikolinieritas  
Suatu data disebut mengalami multikolinieritas ketika terdapat korelasi antara variabel bebas. Menurut Ghazali (2021:64) uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat masalah korelasi antar variabel bebas pada suatu model regresi. Model regresi yang baik merupakan model yang tidak terdapat masalah multikolinieritas pada variabel bebasnya
  - 3) Uji Autokorelasi  
Autokorelasi merupakan hubungan antara residual suatu model dengan waktu. Model regresi seharusnya terbebas dari masalah autokorelasi
  - 4) Uji Heteroskedastisitas  
Menurut Ghazali (2021:65) uji heteroskedastisitas dilakukan mengetahui
- apakah terdapat ketidaksamaan varian residu dalam model regresi dari satu pengamatan ke pengamatan lain. Model regresi yang baik memiliki varian yang konstan. Jika varian tidak tetap, maka model regresi mengalami masalah heteroskedastisitas
- c. Analisis Regresi Linier  
Analisis regresi digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen. Menurut Sugiyono (2019:277) berpendapat “Regresi linier sederhana digunakan untuk mengestimasi besarnya koefisien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier satu variabel bebas untuk digunakan sebagai alat prediksi besarnya variabel tergantung”.
  - d. Analisis Koefisien Korelasi  
Analisis koefisien korelasi dimaksudkan untuk mengetahui tingkat hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.
  - e. Koefisien Determinasi  
Analisis koefisien determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen baik secara parsial maupun simultan. Menurut Adi Supangat (2015:350) berpendapat “koefisien determinasi merupakan besaran untuk menunjukkan tingkat kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih dalam bentuk persen”.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### a. Uji Validitas

Tabel 4. 9  
 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,311	0,198	Valid
2	0,428	0,198	Valid
3	0,503	0,198	Valid
4	0,513	0,198	Valid
5	0,479	0,198	Valid
6	0,465	0,198	Valid
7	0,602	0,198	Valid
8	0,556	0,198	Valid
9	0,588	0,198	Valid
10	0,563	0,198	Valid

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan data pada tabel di atas, variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4. 10  
 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,474	0,198	Valid
2	0,503	0,198	Valid
3	0,467	0,198	Valid
4	0,518	0,198	Valid
5	0,557	0,198	Valid
6	0,502	0,198	Valid
7	0,506	0,198	Valid
8	0,447	0,198	Valid
9	0,648	0,198	Valid
10	0,495	0,198	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,198), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

Tabel 4. 11  
 Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
1	0,427	0,198	Valid
2	0,597	0,198	Valid
3	0,500	0,198	Valid
4	0,465	0,198	Valid
5	0,496	0,198	Valid
6	0,580	0,198	Valid
7	0,527	0,198	Valid
8	0,495	0,198	Valid
9	0,482	0,198	Valid
10	0,566	0,198	Valid

Sumber: Data Primer diolah dengan SPSS Versi 26.

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel harga (X2) diperoleh nilai r hitung > r tabel (0,198), dengan demikian maka semua

item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

##### b. Uji Reliabilitas

Tabel 4. 12 Hasil  
 Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,688	0,60	Reliabel
Harga (X2)	0,688	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,669	0,60	Reliabel

Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,688, harga (X2) sebesar 0,688, dan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,669, semua dinyatakan reliabel, hal itu dibuktikan dengan masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60.

##### c. Uji Asumsi Klasik

###### 1) Uji Normalitas

Tabel 4. 13 Hasil uji Normalitas Dengan Kolmogorov-Smirnov Test One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,91620794
Most Extreme Differences	Absolute	,082
	Positive	,082
	Negative	-,062
Test Statistic		,082
Asymp. Sig. (2-tailed)		,104 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction. Sumber:

Data diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.13 diatas, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,104 > 0,050. Dengan demikian maka asumsi distribusi persamaan pada uji ini adalah normal

###### 2) Uji Multikolinearitas

Tabel 4. 14  
 Hasil Pengujian Multikolinieritas  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	6,478	1,999		3,240	,002		
Kualitas Produk	,188	,104	,185	1,811	,073	,446	2,240
Harga	,603	,102	,600	5,890	,000	,446	2,240

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas, diperoleh nilai tolerance variabel kualitas produk sebesar 0,446 dan harga sebesar 0,446 nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) Variabel kualitas produk 2,240 dan variabel harga sebesar 2,240 nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini dinyatakan tidak ada gangguan multikolinieritas.

### 3) Uji Autokorelasi

Tabel 4. 16  
 Hasil Uji Autokorelasi Dengan Durbin-Watson  
 Model Summary<sup>a</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,748	,559	,550	3,957	2,287

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, model regresi ini tidak terjadi autokorelasi, hal ini dibuktikan dengan nilai Durbin-Watson sebesar 2,287 yang berada diantara interval 1,550 – 2,460

### d. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4. 17  
 Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Uji Glejser  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2,974	1,171		2,539	,013
	Kualitas Produk	-,014	,061	-,036	-,232	,817
	Harga	,021	,060	,055	,356	,723

a. Dependent Variable: Abs\_RES  
 Sumber : Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, glejser test model pada variabel harga (X1) diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,817 dan harga (X2) diperoleh nilai signifikasi sebesar 0,723 dimana keduanya nilai signifikasi (Sig.) > 0,05. Dengan demikian regression model pada data ini tidak ada gangguan

heteroskedastisitas, sehingga model regresi ini layak dipakai sebagai data penelitian

### e. Analisis Regresi Linier

Tabel 4. 18 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	10,118	2,210		4,578	,000
	Kualitas Produk	,643	,081	,631	7,974	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 4.18 diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 10,118 + 0,643X1$ .

Tabel 4. 19 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana Variabel Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7,894	1,862		4,241	,000
	Harga	,741	,069	,738	10,705	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 4.19 di atas, maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 7,894 + 0,741X2$ .

Tabel 4. 20  
 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian  
 Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	6,478	1,999		3,240	,002
	Kualitas Produk	,188	,104	,185	1,811	,073
	Harga	,603	,102	,600	5,890	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel 4.20 diatas, maka diperoleh persamaan regresi  $Y = 6,478 + 0,188X1 + 0,603X2$ . Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut

- Nilai konstanta sebesar 6,478 diartikan bahwa jika variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) tidak dipertimbangkan maka keputusan pembelian (Y) bernilai sebesar 6,478 point.
- Nilai kualitas produk (X1) sebesar 0,188 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel harga (X2), maka setiap perubahan satu satuan



pada variabel kualitas produk (X1) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,188 point.

- c. Nilai keputusan pembelian (X2) sebesar 0,603 diartikan apabila konstanta tetap dan tidak ada perubahan pada variabel kualitas produk (X1), maka setiap perubahan satu satuan pada variabel harga (X2) akan mengakibatkan terjadinya perubahan pada keputusan pembelian (Y) sebesar 0,603 point.

f. Analisis Koefisien Korelasi (r).

Tabel 4. 22  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Correlations

		Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	,631
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	98	98
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,631**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26,2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.22 diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,631 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4. 23  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Correlations

		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	,738
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	98	98
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,738**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	98	98

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.23 diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,738 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang kuat.

Tabel 4. 24  
 Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 <sup>a</sup>	,559	,550	3,957

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi, 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.24 diatas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,748 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,600 – 0,799 artinya variabel kualitas produk dan harga memiliki tingkat hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian

g. Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4. 25  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,631 <sup>a</sup>	,398	,392	4,59956

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.25 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,398 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 39,8% sedangkan sisanya sebesar 60,2% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 26  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Parsial Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)  
 Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,738 <sup>a</sup>	,544	,539	4,00391

a. Predictors: (Constant), Harga  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.26 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,544 maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 54,4% sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

Tabel 4. 27  
 Hasil Uji Koefisien Determinasi Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,748 <sup>a</sup>	,559	,550	3,95722

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.27 diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,559 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 55,9% sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian

h. Uji Hipotesis

Tabel 4. 28  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	10,118	2,210		4,578	,000
	Kualitas Produk	,643	,081	,631	7,974	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.28 diatas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,974 > 1,984) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau 0,000 < 0,050). Dengan demikian maka Ho1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. 29  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Variabel Harga (X2)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7,894	1,862		4,241	,000
	Harga	,741	,069	,738	10,705	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel 4.29 diatas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,705 > 1,984) hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi < 0,050 atau 0,000 < 0,050). Dengan demikian maka

HO1 ditolak dan Ha1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4. 30  
 Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1888,546	2	944,273	60,300	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1487,658	95	15,660		
	Total	3376,204	97			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
 Sumber: Data yang diolah SPSS Versi 26, 2024

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel 4.30 diatas, diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (60,300 > 3,09), hal ini juga diperkuat dengan signifikansi < 0,050 atau 0,000 < 0,050). Dengan demikian maka HO3 ditolak dan Ha3 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian

5. KESIMPULAN

Berdasarkan uraian pada bab-bab sebelumnya, dan dari hasil analisis serta pembahasan mengenai pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Camilan Kulpikers Kampung Bali Jakarta Pusat, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Camilan Kulpikers di Kampung Bali Jakarta pusat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi  $Y = 10,118 + 0,643X_1$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,631 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,398 atau sebesar 39,8%, sedangkan sisanya sebesar 60,7% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (7,973 > 1,984). Dengan demikian HO1 ditolak dan Ha1 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Camilan Kulpikers Kampung Bali, Jakarta Pusat.

- b. Secara Parsial terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Camilan Kulpikers Kampung Bali, Jakarta Pusat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi  $Y=7,894+0,741X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,738 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,544 atau sebesar 54,4%, sedangkan sisanya sebesar 45,6% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel atau  $(10,705 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$ 2 ditolak dan  $H_a$ 2 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Camilan Kulpikers Kampung Bali, Jakarta Pusat.
- c. 3. Secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Camilan Kulpikers Kampaung Bali, Jakarta Pusat, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi  $Y=6,478 + 0,188 X_1 + 0,603 X_2$ , nilai koefisien korelasi diperoleh sebesar 0,631 artinya mempunyai tingkat hubungan yang kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruhnya sebesar 0,559 atau sebesar 55,9%, sedangkan sisanya sebesar 44,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai  $F$  hitung  $>$   $F$  tabel atau  $(60,300 > 1,984)$ . Dengan demikian  $H_0$ 3 ditolak dan  $H_a$ 3 diterima, artinya terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Camilan Kulpikers Kampung Bali, Jakarta Pusat

#### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ahmad Rudini, S. Kom., M.M, Rizal Azmi., S.E., M.M. (2023) Metodologi Penelitian Bisnis Dan Manajemen Pendekatan Kuantitatif. Banurejo Kapanjen: All Rights Reserved.
- [2] Budi Harto, Rahmat Joko Nugroho, Maulana Majied Sumatrani Saragih, Dr. Muhamad Fatih Rusydi Syadzili, Dr. H. Fachrurazi. (2021) Dasar Manajemen Bisnis. Batam: Yayasan Cendikia Mulia Mandiri.
- [3] Danang Kusnanto, Amalia, Dr. Wiwik Maryati (2023). Manajemen Pemasaran Teori dan Praktik Mencapai Target. Indramayu: Penerbit Adab.
- [4] Dedeh Kurniasih. (2021) Kepuasan Konsumen Studi Terhadap Word Of Mouth, Kualitas Layanan Dan Citra Merek. Banten: Bintang sembilan Visitama.
- [5] Dedi Nur Yusuf, Siti Nur Qomariyah. (2021). Analisis Kelayakan Usaha Tanaman Hias Pada Brother Farming di Era New Pandemi Covid-19. Jombang: Fakultas Pertanian, Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- [6] Dr. Dikdik Harjadi, S.E, M.Si, Iqbal Arraniri. S.E.I, M.M (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Cirebon: Grup Publikasi Yayasan Insan Shodiqin.
- [7] Dr. Meithiana Indrasari. (2019) Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya Jawa Timur: Unitomo Press.
- [8] Dr. Miguna Astuti, S.Si., M.M., MOS., CPM, Nurhafifah Matondang, S.Kom., M.M., M.Ti. (2020) Manajemen Pemasaran UMKM dan Digital Sosial Media. Sleman Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [9] Dr. Nanda Dwi Rizkia, S.H., M.H., M.Kn., MA., Dr. Nanik Istianingsih, S.E., M.E., Dr. Ir. Uli Wildan Nuryanto, S.T., M.M., IPM. (2023) Metode Penelitian Bisnis. Kabupaten Badung, Bali: Intelektual Manifes Media.
- [10] Elbadiansyah. (2023) Pengantar Manajemen. Sleman Yogyakarta: CV Budi Utama.
- [11] Erwin Widiasworo. (2019) Menyusun Penelitian Kuantitatif Untuk Skripsi Dan Tesis. Yogyakarta: All Rights Reserved.
- [12] Febriyani Eka Supriatin, Agus Dwi Sulistiyono. (2022) Aplikasi IBM SPSS 26 Untuk Penelitian Perikanan. Malang: Gedung INBIS.
- [13] Hotnida Nainggolan, S.T., M.T, Dwi Hastuti, S.E., M.S, Dr. Candra Hendriyani, M.Si. (2023) Manajemen Pemasaran Implementasi Manajemen Pemasaran Pada Masa Revolusi Industri 4.0 Menuju Era Society 5.0. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- [14] I Made Indra p., AMK., SKM., MPH., Ika Cahyaningrum, S.Kep., Ns., M.Kep. (2019) Cara Mudah Memahami Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Grup Penerbit CV Budi Utama.
- [15] Ir. Nurmawati, M.M. (2018) Perilaku Konsumen Dan Keputusan Pembelian.
- [16] Roni Angger Aditama, S.Sos., M.M. (2020) Pengantar Manajemen Teori dan Aplikasi. Malang: AE Publishing.

- [17] Ujang Syahrul Mubarrok, S.S., S.E., M.Si., M.M. (2018) Penerapan SWOT Balanced Scorecard Pada Perencanaan Strategi Bisnis. Surabaya: Jakad Publisng.
- [18] Zulfatul Choiriyah Lailatus Sa'adah. (2021) Penerapan Strategi Pemasaran di CV. Zam-Zam. Jawa Timur: Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- [19] Astuti, Y. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. *Ihtiyath : Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 5(1), 1–
- [20] Dinata, M. S., & Khasanah, I. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11(2), 1–9. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/index>
- [21] Erlita Kurniawaty. (2021). Analisis Keputusan Pembelian Konsumen Ditinjau Dari Promosi Dan Harga Pada Beras Organik CV Berkah Maju Makmur Tangerang Selatan. *Kreatif: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 1-7.
- [22] Grandhis, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Sambal Gami Awang Long Khas Bontang di Samarinda. *Jurnal Administrasi Bisnis FISIPOL UNMUL*, 10(3), 237. <https://doi.org/10.54144/jadbis.v10i3.8633>
- [23] Hakim, M. N., Suharto, A., & Rahayu, J. (2021). ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
- [24] [jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69](http://jurnalmitramanajemen.com/index.php/jmm/article/view/125/69)
- [25] Nalendra, Aloysius Ranga Aditya, Slamet Heri, A. P. (2022). KREATIF : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang, Vol. 9, No.1, Juni 2021. *Jurnal Ilmiah Kreatif*, 10(1), 1–12.
- [26] Okta Viana, E., & Hartati, R. (2022). “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN” (Studi
- [27] pada rumah makan “Mie Gacoan” Di Daerah Istimewa Yogyakarta). *Cakrawangsa Bisnis*, 3(2), 149–164. <http://bappeda.jogjaprovo.go.id>
- [28] Pinaraswati, S. O., & Farida, I. (2022). Analisis Keputusan Pembelian Fastfood Berdasarkan Kualitas Layanan, Harga Dan Kualitas Produk Di Masa Pandemi. *Jurnal Eksekutif*, 18(2), 268–278. <https://doi.org/10.60031/jeksekutif.v18i2.297>
- [29] Ragasya, A. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Padang Salero Enak Di Surabaya. *Jurnal Mitra Manajemen*, 4(11), 1558–1572. <http://e->
- [30] Safarudin Baihaky, Ahmad Nizar Yogatama, R. I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Madu Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1(1), 85. <https://bajangjournal.com/index.php/JISOS/article/view/1643>
- [31] Sukmawati, N., & Ekasasi, S. R. (2020). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Makanan Sehat Soyjoy. *Jurnal Cakrawangsa Bisnis*, 1(1), 17–28. <http://journal.stimykpn.ac.id/index.php/cb>
- [32] TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Rumah Makan Tulang Lunak Cak Sani Jember). *Bisnis-Net Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 4(2), 91–106. <https://doi.org/10.46576/bn.v4i2.1699>