ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Ni Nengah Devi Dwi Sawitri¹, Ida Ayu Nyoman Widia Laksmi², Ni Luh Putu Anom Pancawati³

Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram

Sawitridevi02@gmail.com, widialaksmi@gmail.com, anompancawati84@gmail.com

Keywords:

*Product Quality,
Price, Purchasing
Decisions*

Abstract

This research aims to find the influence of product quality and price on purchasing decisions at Savana Bale Kebaya. The research method uses quantitative methods. Data collection techniques were carried out by means of documentation, observation, interviews and distributing questionnaires. Sampling using techniques Random Sampling with a sample size of 100 respondents. Data analysis techniques and calculating data use SPSS Version 24. The results of the research show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions at Savana Bale Kebaya. Price has a positive and significant effect on purchasing decisions at Savana Bale Kebaya. There is a simultaneous influence between product quality and price variables on purchasing decisions at Savana Bale Kebaya. The suggestion in this research is that Savana Bale Kebaya owners pay attention to product quality and set the right price to achieve higher purchasing decisions.

Kata kunci:
Kualitas Produk,
Harga,
Keputusan
Pembelian

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menemukan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara dokumentasi, observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner. Pengambilan sampel menggunakan teknik *Random Sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data dan menghitung data menggunakan SPSS Versi 24. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya.

Pendahuluan

Dunia *fashion* di Indonesia telah mengalami perkembangan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir ini. Dimana perkembangan tersebut juga membuat masyarakat banyak mengubah penampilan dan menyesuaikan diri dengan gaya pakaian yang sedang banyak diminati. Produk *fashion* yang banyak berkembang saat ini yaitu baju, celana, gaun, tas dan aksesoris lainnya. Termasuk salah satunya busana adat yang mengalami perubahan seiring dengan perkembangan zaman, terutama pakaian adat kebaya yang beberapa tahun terakhir tetap mengalami perkembangan, baik dari segi model ataupun bahan kebaya yang digunakan. Terlihat dari desain-desain kebaya mengalami perubahan yang sangat inovatif, seperti halnya bermunculan model kebaya modifikasi ataupun kebaya yang memiliki jenis kain berbeda tiap tahunnya.

Hal ini tentunya dipengaruhi oleh perkembangan zaman yang semakin maju dan tentunya banyak bermunculan para pelaku usaha dibidang tersebut. Di Kota Mataram terdapat banyak usaha yang bergerak dibidang *fashion*. Salah satunya bidang usaha *fashion* busana adat yang tersebar di beberapa lokasi di Kota Mataram. Hal ini tentunya menimbulkan persaingan yang ketat sehingga para pelaku usaha memerlukan strategi pemasaran yang tepat dan optimal guna menjalankan bisnis secara efektif dan efisien guna menghadapi era persaingan industri yang semakin intensif. salah satu pelaku usaha di bidang tersebut ialah Savana Bale Kebaya.

Savana Bale Kebaya menyediakan produk dengan berbagai jenis model kebaya dengan beragam pilihan bahan dan size yang lengkap serta mengikuti pasaran dan trend yang sedang berlangsung dengan desain-desain yang inovatif dan mengikuti perkembangan zaman. Dalam meningkatkan keputusan pembelian, Savana Bale Kebaya berusaha mengelola bisnis ini dengan menyediakan pilihan produk dengan tingkat kualitas yang beragam dari yang standar hingga premium serta menerapkan promosi melalui instagram dengan pilihan gambar yang berkualitas.

Hal utama yang dipertimbangkan konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian adalah dengan memperhatikan kualitas produk. Menurut Kotler dan Amstrong (2011) kualitas produk ialah kemampuan yang bisa dinilai dari suatu produk dalam menjalankan fungsinya, yang terdiri dari daya tahan, keandalan, ketetapan, kemudahan pemeliharaan atribut-atribut lainnya dari produk. Berbeda dengan butik kebaya lainnya, Savana Bale Kebaya tetap mengedepankan kualitas produknya salah satunya

dengan memberikan perbaikan gratis apabila konsumen merasa produk tidak sesuai ukuran yang sesuai dengan kemauan konsumen serta juga perbaikan atas kekurangan dalam produknya. Selain kualitas produk, dalam pengambilan keputusan harga juga memiliki peran yang sangat penting. Harga suatu produk selalu menjadi perhatian utama bagi para konsumen saat mencari produk yang mereka butuhkan, sehingga harga yang ditawarkan kepada konsumen menjadi pertimbangan khusus sebelum mereka memutuskan untuk membeli barang atau menggunakan suatu jasa. Savana Bale Kebaya menawarkan harga berdasarkan dari jenis bahan dan desain produk sehingga terdapat harga yang bervariasi. Serta Savana Bale Kebaya memberikan diskon 5% pada pembelian di hari senin tanpa minimal belanja.

Strategi di perlukan untuk meningkatkan penjualan dan kemampuan bersaing dengan butik kebaya lainnya. Salah satu strategi dilakukan Savana Bale Kebaya yaitu dengan mengutamakan kualitas produk, memperkuat pemasaran melalui promosi di Instagram, memberikan potongan harga pada hari tertentu dan mengikuti bazar. Namun, Savana bale Kebaya juga memiliki permasalahan yang tetap dirasakan. Permasalahan yang dialami Savana Bale Kebaya adalah bahwa persaingan antar butik yang ada di Kota Mataram, tak hanya dengan butik saja tetapi juga dengan para pelaku usaha serupa yang berjualan dipasar-pasar yang ada di Kota Mataram serta persaingan secara online dengan pelaku usaha diluar Kota Mataram, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan untuk memilih butik mana yang mampu memenuhi kebutuhannya. Savana Bale Kebaya memberikan pelayanan gratis untuk menangani perbaikan masalah kualitas produk, mengecilkan size baju ataupun pembuatan udeng secara gratis tanpa biaya tambahan dan juga memberikan potongan harga pada setiap pembelian yang dilakukan pada hari senin, dimana hal ini tidak diberikan pada butik lainnya. Meskipun Savana Bale Kebaya ini merupakan butik, namun ia juga menyediakan produk yang serupa dengan yang terdapat di pasar. Keunggulan butik ini terletak pada kemampuan untuk menyelaraskan kualitas dan eksklusivitas dengan aksesibilitas produk-produk yang umum ditemukan di pasar. Tidak hanya itu melalui observasi yang dilakukan, peneliti melihat bahwa Savana Bale Kebaya tetap ramai di kunjungi oleh konsumen dan memiliki eksistensi yang bagus terlihat dari pengikut instagram yang berjumlah lebih dari 30.000 pengikut, sehingga hal ini membuat Savana Bale Kebaya menjadi butik yang memiliki pengikut terbanyak. Hal ini terlihat juga dari jumlah konsumen Savana Bale

Kebaya selama 4 (empat) bulan yaitu, Januari, Februari, Maret dan April berjumlah 7.865.

Serta adanya penelitian tentang kualitas produk Tannia & Yulianthini (2021), Sari & Prihartono (2021), Hartati (2021), Amalina et al (2024) dan Ainun et al (2023) mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, sedangkan Diko et al., (2022) mengatakan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Penelitian tentang harga juga terjadi dimana Ainun et al (2023) mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, sedangkan Tannia & Yulianthini (2021), Sari & Prihartono (2021), Hartati (2021), Amalina et al (2024) dan Diko et al., (2022) menyatakan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan uraian latar belakang, penulis meneliti kembali mengenai sejauh mana pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Dimana penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh antar variabel-variabel. Variabel dalam penelitian ini menggunakan Kualitas Produk dan Harga sebagai variabel dependen dengan dan Keputusan Pembelian sebagai variabel independen. Teknik pengambilan sampel yaitu *Random Sampling* dengan populasi dalam penelitian ini berjumlah 7.865 konsumen, dengan sampel yang diambil yaitu 100 konsumen. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu Observasi, Wawancara, Dokumentasi dan Kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan yaitu , Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Uji Koefisien Determinan, yang diuji pada SPSS Versi 24. Data yang diperoleh diwujudkan dalam bentuk angka-angka sebagai alat untuk menemukan keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Hasil dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

Tabel 1.
Hasil Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.483	1.938		1.281	.203		
	Kualitas Produk	.115	.035	.221	3.292	.001	.574	1.741
	Harga	.722	.069	.705	10.499	.000	.574	1.741

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : SPSS Versi 24

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 2.483 + 0.115X_1 + 0.722X_2 + e$$

Berdasarkan tabel Hasil Persamaan Analisis Regresi Linier Berganda ditemukan persamaan tersebut, maka dapat dijelaskan arti dari masing-masing koefisien sebagai berikut:

- Nilai konstanta(a) sebesar 2.483 menunjukkan bahwa jika variabel independen yaitu kualitas produk (X_1), harga (X_2) dalam keadaan konstan atau sama dengan nol, maka keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 2.483
- Nilai koefisien $b_1 = 0.115X_1$, menunjukkan jika variabel kualitas produk naik sebesar 1 maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 11,5%.
- Nilai koefisien $b_2 = 0.722X_2$, menunjukkan jika variabel kualitas produk naik sebesar 1 maka akan meningkatkan keputusan pembelian sebesar 72,2%.

Tabel 2.
Hasil Uji t (Parsial)

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	2.483	1.938		1.281	.203		
	Kualitas Produk	.115	.035	.221	3.292	.001	.574	1.741
	Harga	.722	.069	.705	10.499	.000	.574	1.741

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Data diolah 2024

Berdasarkan hasil uji t pada tabel di atas, menunjukkan bahwa semua variabel independen yaitu kualitas produk dan harga memiliki nilai signifikan $<0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian, dengan uraian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, variabel kualitas produk (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 3,292 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,984 sehingga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $3,292 > 1,984$, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$). Dengan demikian maka H1 diterima, bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu Amalina et al., (2024) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji t, variabel harga (X2) diperoleh nilai t hitung sebesar 10,499 dan nilai pada tabel distribusi 5% sebesar 1,984 sehingga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $10,499 > 1,984$, dengan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$). Dengan demikian maka H1 diterima, bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu Tannia & Yulianthini, (2021), menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 3.
Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2002.542	2	1001.271	144.654	.000 ^b
	Residual	671.418	97	6.922		
	Total	2673.960	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Harga, Kulit Produk						

Sumber: Data diolah 2024

Perhitungan nilai F_{tabel} dengan Nilai Probabilitas = 5%, $N = 100$, $K = 3$ $DF1 = K - 1 = 3 - 1 = 2$, $DF2 = N - K = 100 - 3 = 97$ jadi $F_{tabel} = 3,09$. Hasil pengujian signifikan simultan nilai regresi sebesar $0,000 < 0,005$, nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu $144,654 > 3,09$ maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima hipotesis yang menyatakan kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 4.
Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
	.865 ^a	.749	.744	2.63094
a. Predictors: (Constant), Harga, Kulit Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Sumber : SPSS Versi 24

Koefisien determinasi mengukur sejauh mana model mampu menjelaskan variasi dalam variabel terikat. Berdasarkan tabel hasil uji koefisien determinasi, nilai R square sebesar 0,749 atau 74,9% menunjukkan bahwa model variabel kualitas produk dan harga mampu menjelaskan atau mempengaruhi 74,9% dari variasi dalam variabel keputusan pembelian. Sementara itu, 25,1% sisanya dipengaruhi oleh faktor lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga memberikan hampir seluruh informasi yang diperlukan untuk memprediksi variasi dalam variabel keputusan pembelian.

2. Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis terkait pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan uji t hitung dan nilai signifikan yang diperoleh, kemudian dilakukan perbandingan dengan t tabel dan taraf signifikan yang digunakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sehingga apabila semakin tinggi kualitas produk yang diberikan oleh Savana Bale Kebaya maka keputusan pembelian juga akan meningkat, dan sebaliknya jika Savana Bale Kebaya memberikan kualitas produk yang rendah maka keputusan pembelian juga akan semakin rendah. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tannia & Yulianthini, (2021), menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. signifikan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu kualitas produk yang dimiliki Savana Bale Kebaya baik sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Sesuai dengan pernyataan Kotler (2018) dimana kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang tergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan. Dalam menyediakan produk Savana Bale Kebaya memberikan kenyamanan pada produk yang diciptakan, menyediakan produk yang terjamin, awet dan tahan lama serta dengan berbagai macam model dengan pilihan bahan yang beragam. Keunggulan yang diberikan dapat membuat konsumen pertimbangan dan kepercayaan yang baik. Hal ini sesuai dengan Assauri (2018), kualitas produk merupakan faktor-faktor yang terdapat dalam suatu barang atau hasil yang menyebabkan barang atau hasil tersebut sesuai dengan tujuan untuk apa barang atau hasil itu dimaksudkan. Dengan berbagai pertimbangan mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian, dengan merasakan manfaat dan mencapai apa yang dibutuhkan maka konsumen akan terus melakukan keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil uji hipotesis terkait pengaruh harga terhadap keputusan pembelian yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa hipotesis pertama dalam penelitian ini diterima.

Berdasarkan uji t hitung dan nilai signifikan yang diperoleh, kemudian dilakukan perbandingan dengan t tabel dan taraf signifikan yang digunakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Sehingga apabila harga yang diberikan oleh Savana Bale Kebaya sesuai dengan manfaat atau kegunaan produknya maka akan mempengaruhi keputusan pembelian. pengaruh positif ini dapat terjadi karena Savana Bale Kebaya memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan model ataupun bahan kebaya dan juga Savana Bale Kebaya memberikan diskon harga 5% untuk semua jenis produk di setiap pembelian pada hari senin. Savana bale Kebaya juga kerap melakukan bazar menjelang hari raya yang tentunya dengan memberikan harga terbaik. Harga telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Harga juga merupakan faktor penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dikarenakan setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda, ada orang yang puas ketika mendapatkan harga terjangkau dan berkualitas. Ada juga yang tidak puas ketika mendapatkan harga murah tetapi barang atau produk yang didapatkan tidak sesuai keinginan konsumen. Hal ini akan mempengaruhi adanya tingkatan keputusan pembelian.

hal ini sesuai dengan yang dinyatakan oleh Philip Kotler (2019) menyatakan bahwa harga merupakan sejumlah nilai atau uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, dan ini adalah jumlah nilai yang ditukar oleh konsumen atas manfaat-manfaat yang diperoleh.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tannia & Yulianthini, (2021) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga harga yang dimiliki oleh Savana Bale Kebaya sesuai dengan kualitas produk yang diberikan. Apabila harga yang ditawarkan itu rendah atau sesuai dengan kualitas produknya maka keputusan pembelian akan meningkat namun apabila harga yang diberikan tidak sesuai dengan kualitas produk atau cenderung lebih tinggi maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Hasil pengujian hipotesis secara simultan dan signifikan membuktikan Penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. hal ini dapat dilihat dari uji hipotesis terkait pengaruh variabel kualitas produk dan harga bersama-sama terhadap keputusan pembelian menunjukkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini diterima. Berdasarkan nilai signifikansi dan nilai F hitung dari koefisien regresi yang telah dibandingkan dengan F tabel dan taraf signifikansi yang digunakan, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. artinya apabila Savana Bale Kebaya memberikan kualitas produk yang baik serta harga yang sesuai maka akan meningkatkan keputusan pembelian, begitu juga sebaliknya apabila kualitas produk yang diberikan menurun dan harga yang tidak sesuai maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian.

Terjadinya pengaruh positif dan signifikan ini karena ketika konsumen mendapatkan kualitas produk yang baik dengan harga yang sesuai hal ini tentunya akan membuat konsumen melakukan pembelian berulang. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Yasmita et al., (2024), menyatakan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa serta pembahasan diatas, maka dapat ditarik kesimpulan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya semakin bagus kualitas yang ditawarkan maka akan dapat meningkatkan keputusan pembelian Savana Bale Kebaya. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya bila harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen, maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya. Kualitas dan harga berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya apabila kualitas produk dan harga ini diterapkan secara bersamaan, karena apabila kualitas produk yang baik dan

harga yang sesuai maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada Savana Bale Kebaya.

Daftar Pustaka

- Ainun, Hamzah, A., & Yusriana. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Telur Ayam Broiler Pada Toko Anna Di Desa Pondong Baru Kecamatan Kuaro. *Riset Manajemen*, 1(2), 165–176.
- Amalina, F. N., Apriliani, M. P., Putri, T. N., Masruroh, U., & Anwar, R. N. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Baju “ Klambiku . Kids ” di Kota Madiun. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(1), 75–85.
- Diko, N. F., Saleh, S. E., Mahmud, M., Hafid, R., & Hasiru, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ratu Meubel di Kecamatan Limboto Kabupaten Gorontalo. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 2321. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.2321-2334.2022>
- Fadillah, A., Salsabila, Y. N., & Daryanto, A. (2019). Marketing Strategy Analysis Kopi Arabika Specialty (Studi Kasus Pada Cv Frinsa Agrolestari). *JIMFE (Jurnal Ilmiah Manajemen Fakultas Ekonomi)*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.34203/jimfe.v5i1.1324>
- Ghozali, I. (2018). Ghozali 2018. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*, 25.
- Hartati, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada Pt. Jafra Cosmetics Indonesia. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 10(01), 123–137. <https://doi.org/10.22437/jmk.v10i01.12653>
- Hikmah, A., Saryadi, & Susanta Nugraha, H. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Gudang Kosmetik Purwokerto. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(1), 398–404. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Indrasari, M. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN: pemasaran dan kepuasan pelanggan - - Google Books. In *Unitomo Press* (hal. 61).
- Muangsal. (2019). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *ATRABIS: Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, 5(2), 25–39. <https://doi.org/10.38204/atrabis.v5i2.247>
- Nogroho J Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Semarang: Yayasan prima Agus Teknik.
- Rachmadhani, A., Pengaruh, V. N. S. L., & Merek, C. (2022). *Soetomo Management Review*, Volume 2, Nomor 2, Hal 152-167 PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP Email : astrirachmadhani0112@gmail.com Email : venugra@unitomo.ac.id Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas. 2, 152–167.
- Sarfiah, S., Atmaja, H., & Verawati, D. (2019). UMKM Sebagai Pilar Membangun Ekonomi Bangsa. *Jurnal REP (Riset Ekonomi Pembangunan)*, 4(2), 1–189. <https://doi.org/10.31002/rep.v4i2.1952>
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Ilmiah Manajemen, Ekonomi, Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Setyo Aji, B., & Bachtillah Putra, A. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kapal Api Pada Toko

- Arab Aji Rawalumbu. *Business Economics, and Education Studies (ICESB)*, 1(1), 1–6.
<https://journal-icesb.org/index.php/icesb>
- Saputra, R. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru. *Skripsi*, 23.
https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed). In *Data Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Tannia, P. V., & Yulianthini, N. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Merek PCX. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 88–94.