

ANALISIS KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TOKO PERSADA UJUNGBATU

Wibawa Harapan Rahman¹, Hendry Kurniawan², Arrafiqur Rahman³

^{1,2,3}Universitas Pasir Pengaraian

Email : wibawaharapan19@gmail.com

ABSTRAK

This study aims to analyze product quality, price, and service quality that influence consumer purchasing decisions at the Persada Ujungbatu store. This type of research is quantitative research. The population in this study were customers who purchased something at the Persada Ujungbatu store. The sample used in this study was 97 respondents. The data analysis method in this study was multiple linear regression analysis. The results of the study indicate that partially product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions, price has no effect on purchasing decisions, and service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Product Quality, Price, Service Quality, Purchasing Decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Persada Ujungbatu. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang membeli sesuatu di Toko Persada Ujungbatu. Dengan sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 97 responden. Metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, harga tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

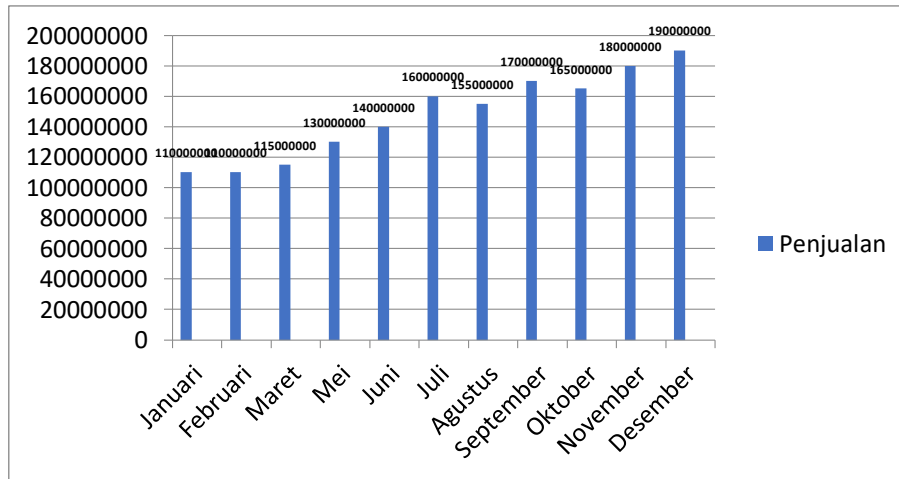
Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Kualitas pelayanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Dalam dekade terakhir, sektor perdagangan di Indonesia, khususnya dalam industri ritel sembako, telah mengalami lonjakan perkembangan yang signifikan. Hal didasarkan peningkatan daya beli masyarakat dan pertumbuhan populasi yang terus meningkat. Berdasarkan data yang didapat oleh Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, sektor perdagangan merupakan sekitar 14% dari Produk Domestik Bruto (PDB) bangsa, sehingga menunjukkan bahwa industri ini memainkan peran penting dalam kerangka ekonomi Indonesia. Namun, dengan pertumbuhan yang pesat ini, muncul juga rintangan yang siap untuk dilalui oleh semua pengusaha, terutama dalam hal persaingan yang semakin ketat dan beragamnya pilihan yang tersedia bagi konsumen (Cattleyana et al., 2023).

Fenomena ini menimbulkan pertanyaan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di toko sembako. Dalam konteks ini, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan menjadi tiga variabel kunci yang sering diangkat dalam penelitian.

Toko Persada di Ujungbatu merupakan salah satu pelaku usaha di sektor ritel sembako yang beroperasi di tengah kompetisi ini. Data penjualan Toko Persada untuk tahun 2024 menunjukkan tren penjualan yang bervariasi. Berikut adalah data penjualan bulanan Toko Persada untuk tahun 2024 :



Grafik 1. Penjualan Toko Persada Ujungbatu Tahun 2024

Sumber : Toko Persada Ujungbatu, 2024

Dari grafik 1, dapat dilihat bahwa penjualan Toko Persada Ujungbatu mengalami peningkatan di bulan Desember, menjadi Rp. 190.000.000 dari bulan sebelumnya yaitu November sebesar Rp. 180.000.000. Meskipun Toko Persada memiliki potensi yang besar dengan penjualan yang meningkat, tantangan dalam mempertahankan pelanggan tetap ada, di mana 40% pelanggan menyatakan bahwa mereka mempertimbangkan toko lain akibat harga yang tidak kompetitif dan kualitas pelayanan yang belum optimal.

Tabel 1. Perbedaan Harga (Rp) Kebutuhan Sehari-Hari Konsumen Di Minimarket Dan Toko Sembako Zoya Di Pasir Pengaraian

Jenis Produk	Toko Persada	Minimarket
Sabun mandi	Rp. 15.000	Rp. 18.000
Sampo rambut	Rp. 10.000	Rp. 12.000
Pasta gigi	Rp. 5.000	Rp. 7.000
Detergen	Rp. 7.000	Rp. 10.000
Minyak goreng	Rp. 18.000	Rp. 21.000
Mie instan	Rp. 3.000	Rp. 4.000

Sumber : katalog harga di toko persada ujungbatu dan minimarket, 2024

Berdasarkan tabel 1. dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan harga produk di Toko Persada Ujungbatu dengan Minimarket. Dari tabel tersebut dapat dinyatakan bahwa harga produk di Toko Persada Ujungbatu lebih murah di banding dengan harga produk yang ada di minimarket. Hasil dari observasi yang di lakukan oleh

peneliti, terdapat lebih banyak konsumen yang minat terhadap Toko Persada Ujungbatu, yang mana selain dengan harga yang murah kualitas produk di Toko Persada Ujungbatu juga sama dengan kualitas produk di Minimarket.

Pemilik Toko Persada Ujungbatu juga sangat memperhatikan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Pemilik Toko percaya bahwa kualitas pelayanan yang baik adalah kunci untuk menarik minat konsumen. Setiap karyawan dilatih untuk memberikan kualitas pelayanan yang ramah dan responsif, serta siap membantu pelanggan dalam mencari produk yang dibutuhkan. Peneliti juga mengamati bahwa karyawan selalu siap memberikan jawaban serta informasi terhadap pelanggan. Pemilik Toko menegaskan pentingnya sikap profesional dan sopan santun dalam berinteraksi dengan pelanggan. Untuk menjaga standar kualitas pelayanan, pemilik toko selalu berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan demi menciptakan pengalaman belanja yang memuaskan dan membangun reputasi positif bagi Toko Persada Ujungbatu.

Bisnis eceran, atau yang lebih dikenal sebagai retail business, mencakup segala pelaksanaan yang berkesinambungan dengan penjualan barang atau jasa untuk digunakan pribadi (Liansari et al., 2022). Pada kuartal pertama tahun 2022, terdapat peningkatan sebesar 24% dalam pencarian terkait bahan pokok. Peningkatan tertinggi terjadi pada pencarian kebutuhan pangan yang meningkat hingga 90%. Pengecer bahan makanan tradisional telah berjuang dan menghadapi berbagai tantangan dalam mempertahankan pelanggan yang sudah ada.

Menurut penelitian sebelumnya (Ramadhan & Lubis, 2022), (Hidayah & Yulianto, 2022), dan (Arianto & Satrio, 2020), kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memengaruhi nilai perusahaan. Sebaliknya, penelitian (Dinata & Khasanah, 2022) dan (Mendur et al., 2021) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga tidak memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli barang.

Oleh sebab itu, dalam melakukan evaluasi dan analisis menyeluruh tentang hal-hal yang mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan di Toko Persada Ujungbatu menjadi hal yang penting. Kajian ini bermanfaat untuk menyelidiki dan meneliti efek kualitas produk, strategi penetapan harga, dan keunggulan layanan terhadap perilaku pembelian konsumen di Toko Persada.

Memiliki pengetahuan yang lengkap tentang faktor-faktor penentu yang mempengaruhi perilaku konsumen, diharapkan manajemen Toko Persada dapat merumuskan strategi pemasaran yang lebih manjur, meningkatkan kualitas produk dan layanan, dan pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hasil dari penelitian ini diharapkan tidak hanya berguna untuk pengembangan Toko Persada, tetapi juga memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengembangan sektor ritel sembako di wilayah tersebut, sehingga dapat memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal.

Berdasarkan dari permasalahan yang telah di uraikan tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul "Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Persada Ujungbatu".

TINJAUAN PUSTAKA

Keputusan pembelian adalah komponen penting dari sikap pelanggan (Rahayu & Tajuddien, 2024). Sedangkan (Manoy et al., 2021), menegaskan bahwa proses keputusan pembelian melibatkan identifikasi suatu masalah oleh konsumen, pengejaran informasi mengenai barang atau merk tertentu, dan evaluasi seberapa efektif setiap alternatif mengatasi masalah yang diidentifikasi, yang pada akhirnya mengarah ke keputusan untuk membeli.

Menurut (Baihaky et al., 2022) kualitas suatu produk terdiri dari pertemuan atribut dan ciri khas yang mampu menentukan sejauh mana output memenuhi keinginan pelanggan atau dalam menilai seberapa efektif atribut dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas suatu produk secara signifikan mempengaruhi kemajuannya dalam menjalankan fungsi yang ditunjuk, mencakup atribut seperti daya tahan, reliabel, presisi, keramahan pengguna, dan kemampuan perbaikan, di samping berbagai karakteristik lainnya (Manoy et al., 2021).

(Pramono et al., 2021) menjelaskan dalam penelitian mereka bahwa harga merupakan jumlah moneter yang harus dikirim atau ditransfer dalam pertukaran barang atau jasa yang memiliki kegunaan untuk memuaskan keinginan yang berkaitan dengan keberadaan sehari-hari. Harga adalah sebuah nilai moneter yang harus diberikan seseorang dalam memperoleh barang atau layanan (Azrullah, 2022).

Menurut (Rahayu & Tajuddien, 2024), Kualitas layanan mewakili keadaan dinamis yang berhubungan dengan produk, layanan, personel, proses, dan lingkungan, di mana penilaian kualitas ditetapkan pada saat berkegiatan melayani umum tersebut. (Hidayah & Yulianto, 2022) menggambarkan bahwa kualitas layanan mencakup atribut dan metodologi pemberian layanan dalam penyediaan produk atau layanan, yang selanjutnya terkait dengan pemenuhan harapan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Toko Persada Ujungbatu. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan yang membeli sesuatu di Toko Persada Ujungbatu. Sampel penelitian terdiri dari 97 responden. Sumber data penelitian adalah data primer. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner, dokumentasi dan wawancara. Teknik analisis data dalam penelitian menggunakan analisis regresi linear berganda menggunakan perangkat lunak SPSS (*Statistical Package For Social Sciences*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 2. Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,695	,717		2,363	,020
	Kualitas Produk	,287	,052	,405	5,522	<,001
	Harga	-,014	,089	-,019	-,159	,874
	Kualitas pelayanan	,438	,098	,593	4,486	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS 30, 2025

Hasil dari analisis data yang menggunakan SPSS dalam persamaan regresi, yaitu sebagai berikut :

$$Y = 1,695 + 0,287 X1 - 0,014 X2 + 0,438 X3 + e$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Nilai constanta adalah 1,695 artinya jika tidak terjadi perubahan variabel independen maka keputusan pembelian variabel dependen akan naik sebesar 1,695 satuan.
2. Koefisien regresi kualitas produk adalah 5,522, yang berarti bahwa keputusan pembelian meningkat sebesar 5,522 jika variabel harga (X1) meningkat sebesar 1 satuan dan konstanta (a) adalah 0 (nol).
3. Koefisien regresi harga adalah - 0,014, yang berarti bahwa keputusan pembelian turun sebesar - 0,014 jika variabel harga (X2) meningkat sebesar 1 satuan dan konstanta (a) adalah 0 (nol).
4. Koefisien regresi untuk kualitas layanan dikuantifikasi pada 0,438, menunjukkan bahwa peningkatan 1satuan dalam variabel kualitas layanan (X3) akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dengan 0,438 unit, dengan asumsi konstanta (a) sama dengan 0 (nol).

Uji Parsial (Uji T)

Tabel 3. Uji Parsial

Model		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,695	,717		2,363	,020
	Kualitas Produk	,287	,052	,405	5,522	<,001
	Harga	-,014	,089	-,019	-,159	,874
	Kualitas pelayanan	,438	,098	,593	4,486	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data Olahan SPSS 30, 2025

Pada Tabel 3, nilai t_{hitung} kualitas produk adalah 5,522 > dari nilai t_{tabel} 1,661 dan hasil signifikan sebesar $<0,001 < 0,05$. Dikatakan bahwa kualitas produk memberikan dampak yang menguntungkan dan substansial pada proses pengambilan keputusan mengenai pembelian di toko Persada Ujungbatu.

Nilai t_{hitung} harga adalah $-0,159 <$ dari nilai t_{tabel} $1,661$ dan dengan hasil signifikan sebesar $0,874 > 0,05$. Dengan hal ini maka, keputusan untuk membeli sesuatu di toko Persada Ujungbatu tidak dipengaruhi oleh harga.

Nilai t_{hitung} kualitas pelayanan adalah $4,486 >$ dari nilai t_{tabel} $1,661$ dengan nilai signifikan sebesar $<0,001 < 0,05$. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan pada proses pengambilan keputusan mengenai pembelian di toko Persada Ujungbatu.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4. Uji Simultan

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2931,247	3	977,082	356,779	<,001 ^b
	Residual	254,691	93	2,739		
	Total	3185,938	96			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data Olahan SPSS 30, 2025

Menurut hasil dari tabel uji F didapatkan nilai F_{hitung} ($356,779$) $>$ F_{tabel} ($2,70$) dengan hasil nilai signifikan menunjukkan angka $< 0,001$ yang mana nilai signifikan ini kurang dari nilai $0,05$, sehingga dikatakan bahwa model pantas untuk tahap pengujian dengan langkah selanjutnya. Oleh karena itu, variabel independen seperti kualitas produk, harga, dan layanan secara bersamaan berdampak positif dan signifikan pada variabel dependen keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 5. Uji Koefisiensi Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,959 ^a	,920	,917	1,655

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

Sumber : Data Olahan SPSS 30, 2025

Berdasarkan tabel 5, nilai koefisiensi determinasi yang dinyatakan oleh *Adjusted R Square* adalah $0,917$. Ini memberitahukan bahwa variabel bebas yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dapat menyatakan $91,7\%$ dari variabel dependen, yaitu keputusan pembelian. Sementara itu, sisa $8,3\%$ dapat tunduk pada pengaruh variabel yang tidak dimasukkan dalam parameter penelitian.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian

Hasil uji regresi yang diolah dalam kajian ini menyatakan bahwa variabel kualitas produk memiliki dampak yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk yang tinggi meningkatkan kepercayaan pelanggan. Ketika

pelanggan yakin bahwa produk yang mereka beli sesuai keinginan dan kebutuhan, pelanggan cenderung untuk melakukan pembelian.

Berdasarkan tes parsial (uji t) variabel kualitas produk menghasilkan t_{hitung} sebesar 5,552 nilai tersebut besar dari nilai t_{tabel} $5,552 > 1,661$ dan dengan nilai signifikansi senilai $<0,001 < 0,05$. Berdasarkan nilai tersebut maka H_1 diterima. Dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian Toko Persada Ujungbatu.

Penelitian ini sejalan dengan kajian ilmiah yang dilakukan oleh (Azrullah, 2022) & (Ramadhan & Lubis, 2022) yang menjelaskan dalam penelitiannya bahwa kualitas produk memiliki dampak yang laba dan substansial pada proses pengambilan keputusan yang terkait dengan pengadaan.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan pembelian

Hasil uji regresi yang diolah dalam penelitian ini menyatakan bahwa variabel harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pelanggan yang setia pada merek tertentu tidak terpengaruh oleh harga. Pelanggan cenderung memilih produk dari merek yang dipercayai, meskipun harga produk tersebut lebih tinggi.

Hasil uji hipotesis parsial (uji t) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk menghasilkan nilai t_{hitung} -0,159, yang lebih rendah dari nilai t_{tabel} ($-0,159 < 1,661$), dengan nilai signifikansi 0,874 lebih besar dari 0,05. Maka dari itu, H_2 ditolak. Keputusan yang dibuat untuk membeli sesuatu di Toko Persada Ujungbatu tidak dipengaruhi oleh variabel harga (X2).

Penelitian ini sejalan dengan yang dilaksanakan oleh (Mendur et al., 2021) & (Ramadhan & Lubis, 2022) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa harga memiliki pengaruh apapun terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian

Menurut hasil uji regresi yang diolah dalam penelitian ini, variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan yang berkualitas membangun kepercayaan antara pelanggan dan penyedia layanan. Kepercayaan ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan, yang berujung pada pembelian berulang.

Menurut hasil uji hipotesis parsial (uji t), variabel Kualitas pelayanan (X3) memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli Toko Persada Ujungbatu. Nilai t_{hitung} nya adalah 4,486, yang mana nilai ini lebih dari nilai t_{tabel} dan memiliki nilai signifikansi $<0,001 < 0,05$. Dengan demikian, H_3 diterima.

Hasil penelitian ini sama seperti yang dilaksanakan oleh (Rohmawati, 2018) & (Capriati, 2023) yang dalam penelitiannya menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan pembelian

Hasil uji simultan, juga dikenal sebagai uji F, melihat bahwa F_{hitung} adalah sebesar 356,779, yang lebih besar dari F_{tabel} dengan taraf signifikansi $<0,001$ dan df pembilang adalah 3 dan df penyebut adalah 97. Oleh karena itu, nilai F_{hitung} harus

lebih besar dari F_{tabel} sebesar 356,779, atau dengan nilai signifikansi 0,001 hingga 0,05. Berdasarkan nilai tersebut, dikatakan bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara bersamaan atau secara bersamaan.

Kajian ini selaras dengan kajian yang dilakukan oleh (Azrullah, 2022) & (Rahayu, & Tajuddien, 2024) yang menjelaskan bahwa kualitas produk, harga, dan layanan secara bersamaan memengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.

KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan mengenai Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas pelayanan Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Persada Ujungbatu, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Hasil pengujian hipotesis menyatakan bahwa variabel kualitas produk secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian secara positif dan signifikan.
2. Menurut pengujian hipotesis menyatakan bahwa faktor harga secara parsial tidak memengaruhi keputusan pembelian.
3. Variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor kualitas produk, harga, dan kualitas layanan memberikan efek simultan pada keputusan pembelian konsumen.

SARAN

1. Kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh substansial dan afirmatif pada keputusan pembelian yang dibuat oleh konsumen. Sangat penting bagi Toko Persada Ujungbatu untuk meningkatkan kedua dimensi ini untuk memperkuat minat pembelian konsumen.
2. Para sarjana dapat lebih memperkaya penyelidikan dengan memasukkan variabel tambahan yang belum dieksplorasi dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, D. P. H., & Satrio, B. (2020). *Pengaruh Produk, Harga, Kualitas pelayanan, Lokasi, Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Kopisae*.
- Azrullah, M. M. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk , Harga Produk , Dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Beli Pada Pelanggan (Studi Kasus Pada Toko Bangunan Porong Jaya)*. 37–46.
- Capriati, Z. F. (2023). *Pengaruh Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan Minimarket Di Koperasi Visiana Bakti Tvri Jakarta*. 6(1), 170–177.
- Karina, M. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas pelayanan , Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Tiktok Shop*. 6(2), 101–116.

- Manoy, T. I., Mananeke, L., & Jorie, R. J. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cv. Ake Maumbi*. 9(4), 314–323.
- Mendur, M. E. M., Tawas, H. N., Arie, F. V, Harga, P. P., Produk, K., Atmosfer, D. A. N., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Atmosfer Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder*. 9(3), 1077–1086.
- Murtini, D. (2023). *Pengaruh Promosi , Kualitas Produk , Harga , Kualitas pelayanan Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Batik D ' Yeyen Wonogiri*. 8(2), 238–248.
- Rahayu, Maripengaruh Kualitas Produk, K. P. D. H. T. K. P. P. J. S. T., & Tajuddien, R. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jaya Sampurna Toko Daging Di Lebak Bulus*. 1pengaruh(2).
- Ramadhan, A., & Lubis, F. A. (2022). *Pengaruh Kualitas pelayanan, Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Sneakers Room Medan*.
- Rohmawati, Z. (2018). *Kualitas, Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Zunita*.
- Utami, C. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Umkm*. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*.
- Yulianti, D. Dan Nurgoro, H. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Minimarket*. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*.
- Ramadhani, A., Dan Siregar, F. (2020). *Pengaruh Kualitas pelayanan, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Ritel*. *Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*.
- Pratama, R. Dan Sari, N.P. (2021). *Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*.
- Simanjuntak, M. Dan Putri, R. (2022). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Generasi Milenial*. *Jurnal Administrasi Bisnis*.
- Purnamasari, R. Dan Wahyuni, D. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Modern*. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis*.
- Hasibuan, M. S. Dan Aritongan, L. R. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Dan Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Terapan*.
- Nuraini, T. Dan Harapan, R. (2023). *Peran Harga Dan Kualitas pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Ritel*. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*.
- Saputra, I. A. Dan Dewi, S.M. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Konsumen Di E-Commerce*. *Jurnal E-Bisnis Dan Manajemen*.

Rahmawati, F. Dan Tanjung, H. (2022). Analisis Kualitas pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Tradisional. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*