

Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga terhadap Niat Beli Ulang Konsumen

Anak Agung Gde Wirawan Yudi Asnawa⁽¹⁾

⁽¹⁾Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis, dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: yudiasnawa11@gmail.com

ABSTRACT

The formulation of the problem and the objectives of this study were to determine the effect of product quality, service quality and price on repurchase intentions at UPTODATE CAFÉ & EATERY in Ubud. The population in this study are all consumers who have shopped at UPTODATE Café & Eatery and the number is unknown. The sample used in this study was 90 respondents who were determined by purposive sampling method. The data in this study were collected through observation, interviews, questionnaires and then tested using multiple linear regression analysis techniques. Based on the results of the study, it can be seen that product quality has a positive and significant effect on repurchase intentions. Service quality has a positive and significant effect on repurchase intentions. Price has a positive and significant effect on repurchase intention. Product quality, service quality, and price have a positive and significant effect on repurchase intentions. The magnitude of the influence of the independent variables on repurchase intention is 63.9%. Looking at the research results, UPTODATE Café & Eatery in the future must be able to improve the quality of its products by paying attention to the taste of the food and drinks being sold. Make sure all products taste right for consumption, not too salty, sweet, or spicy so that consumers can enjoy them and have the desire to buy food and drinks at UPTODATE Café & Eatery again.

Keywords: *Product Quality; Service Quality; Price; Repurchase Intention*

ABSTRAK

Rumusan masalah dan tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap niat beli ulang pada UPTODATE CAFÉ & EATERY di Ubud. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di UPTODATE Café & Eatery dan tidak diketahui jumlahnya. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 90 responden yang ditentukan dengan *metode purposive sampling*. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui observasi, wawancara, kuesioner dan selanjutnya diuji menggunakan teknik analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap niat beli ulang adalah 63,9%. Melihat hasil penelitian, UPTODATE Café & Eatery kedepannya harus mampu meningkatkan lagi kualitas produknya dengan memperhatikan rasa makanan dan minuman yang dijual. Pastikan semua produk rasanya sudah pas untuk dikonsumsi tidak terlalu asin, manis, ataupun pedas sehingga konsumen dapat menikmatinya dan memiliki keinginan membeli makanan dan minuman pada UPTODATE Café & Eatery lagi.

Kata Kunci: *Kualitas Produk; Kualitas Pelayanan; Harga; Niat Beli Ulang*

Pendahuluan

Salah satu Cafe di Kabupaten Gianyar tepatnya di daerah Ubud yang menarik perhatian peneliti adalah UPTODATE Cafe & Eatery, yang terletak pada jl. Teges Kanginan, Peliatan, Ubud, Gianyar. Intensitas pengunjung yang selalu ramai, selain itu UPTODATE Cafe & eatery juga memiliki pemandangan sawah yang membuat pengunjung merasa senang dan nyaman. UPTODATE Café& Eatery mempunyai berbagai varian menu mulai dari *Main Course, Pasta, Steak, Sushi, Dessert* aneka *Juice*.

Dalam hal ini UPTODATE Cafe tentu berupaya untuk selalu meningkatkan kualitas dari kualitas produk sampai kualitas pelayanan yang ditawarkan.. Masalah yang muncul dalam perilaku niat beli kembali pada UPTODATE Cafe & Eatery dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1. Persentase Kunjungan Berdasarkan Pertumbuhan Omset

No	Tahun	Pertumbuhan Omset (%)	Offline (%)	Aplikasi Online (%)
1	2020	-87,44	20,96	79,04
2	2021	-25,33	15,72	84,28
3	2022	365,15	83,02	16,98

Sumber: Uptodate Cafe & Eatery (2023)

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa UPTODATE Cafe & Eatery mengalami penurunan omset pada tahun 2020 minus 87,44%, sedangkan naik menjadi 365,15% pada tahun 2022. Hal ini mengindikasikan selama tiga tahun terakhir terjadi permasalahan pada perilaku belanja konsumen khususnya pada niat beli, Selain itu juga dapat dilihat bahwa usaha ini melayani pemesanan melalui *offline* dan juga aplikasi online, dimana pada tahun 2022 sebanyak 83,02% omset dihasilkan melalui pemesanan *offline*. Sehingga terdapat faktor-faktor tertentu yang harus diperhatikan untuk menarik minat konsumen untuk membeli kembali.

UPTODATE Cafe & Eatery memiliki cara untuk menjaga konsumen untuk datang kembali, yaitu dengan menjaga kualitas produk dengan memberikan produk terbaik disetiap pesanan dan juga dengan memberikan pelayanan yang ramah agar konsumen nyaman saat datang untuk berbelanja, dengan harga yang ramah dikantong tentunya berbelanja di UPTODATE Cafe & Eatery sangat *Wort it* di kunjungi. Faktor terpenting dalam menjalankan suatu bisnis, seperti kualitas produk sangat menentukan tingkat kepuasan konsumen dan juga masa depan perusahaan.

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan. Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya. Karena di era globalisasi ini, persaingan bisnis pun semakin ketat. Pemberian kualitas pelayanan yang baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang. Pada UPTODATE Café& Eatery memberikan pelayanan yang cukup maksimal.

Kualitas produk di UPTODATE CAFÉ & EATERY di usia yang masih terbilang muda, konsumen memilih UPTODATE CAFÉ & EATERY karena memiliki berbagai macam menu mulai dari Maincourse, Appetizer, Snack, Dessert, Kid Meal dengan berbagai macam menu minuman seperti Smotties, Juice, Mocktail, Cocktail, Coffe, Beer, Soft Drink dengan total menu 114 menu, dengan rasa yang enak, namun ada beberapa menu dengan harga lumayan mahal dengan porsi yang sedikit. Permasalahan rasa juga sering kali dikeluhkan oleh konsumen seperti yang termuat dalam ringkasan ulasan google, salah satu pengunjung merasa kecewa dengan rasa makanan yang ada. Berikut hasil ulasan konsumen:



Gambar 1. Ulasan Terkait Kualitas Produk dari UPTODATE CAFÉ & EATERY

Sumber: <https://www.google.co.id/search>

Dari gambar 1. terlihat bahwa konsumen mengeluhkan kualitas produk yang dimiliki oleh UPTODATE Café& Eatery. Konsumen merasa bahwa rasa makanan yang ditawarkan masih kurang pas. Ditemukan makanan yang kurang asin, kurang matang, dan porsi maknannya dirasa terlalu sedikit. Kekecewan konsumen terhadap kualitas produk membuat hilangnya keinginan konsumen untuk melakukan pembelian ulang terhadap produk dari UPTODATE Café& Eatery.

Kualitas pelayanan di UPTODATE Café&Eatery memiliki pelayanan yang cukup ramah dan tanggap saat konsumen baru datang untuk memesan, memiliki 20 karyawan di berbagai bidang seperti bidang *kitchen, bar,* dan *waiter* namun memiliki pelayanan yang cukup lama yang menjadi kekurangan dari pelayanan di UPTODATE Café&Eatery. Kualitas pelayanan pada UPTODATE Café& Eatery juga berkaitan dengan kemampuan dan pengetahuan para karyawan yang masih tergolong rendah terhadap produk yang dijual, hal ini tercermin dari beberapa keluhan konsumen yang mengatakan bahwa karyawan tidak mampu menjawab pertanyaan yang

berkaitan dengan komposisi produk yang dijualnya. Hal ini membuat konsumen bingung ketika hendak memilih makanan dan merasa kecewa dengan kualitas pelayanan yang diberikan karyawan karena dianggap tidak mampu melayani konsumen dengan baik. Permasalahn ini menyebabkan konsumen tidak mau lagi untuk melakukan pembelian ulang pada UPTODATE Café& Eatery.

UPTODATE Café&Eatery memiliki 114 menu dengan harga yang berbeda-beda di setiap menunya,namun tidak semua menu *wort it* untuk dibeli,ada beberapa menu dengan harga yang mahal tapi memiliki porsi yang sedikit di banding retoran lain di sekitar UPTODATE Café&Eatery.

Kualitas Produk merupakan senjata potensial untuk mengalahkan pesaing.Oleh karena itu kemampuan kualitas produk untuk menunjukkan berbagai fungsi termasuk didalamnya ketahanan, handal, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaan. Semakin baik kualitas yang ditawarkan oleh perusahaan maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Kotler dan Armstrong (2008:347) mengatakan Kualitas merupakan keadaan produk yang berhubungan dengan barang maupun jasa yang meliputi kinerja, keandalan, keistimewaan, keawetan, dan keindahan yang memenuhi bahkan melebihi harapan seseorang. Secara umum kualitas produk merupakan salah satu cara bagi perusahaan untuk menguasai pasar.

Sedangkan bagi masyarakat kualitas adalah alat ukur sekaligus cara seseorang dalam mencapai kepuasan. Produk adalah salah satu dari empat variable bauran pemasaran, disamping harga, distribusi, dan promosi yang keberadaannya sangat penting, karena produk merupakan sesuatu atau objek yang ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Beberapa hasil penelitian terdahulu yang meneliti tentang kualitas produk berpengaruh terhadap niat beli ulang menunjukkan temuan yang sama.

H_1 : Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang

Memberikan pelayanan yang baik sudah menjadi tanggung jawab perusahaan.Tanpa adanya pelayanan yang baik, perusahaan tidak mungkin bisa mendapatkan banyak konsumen dalam bisnisnya. Karena di era globalisasi kini, persaingan bisnis pun semakin ketat. Pemberian kualitas pelayanan yang baik inilah yang bisa menjadi salah satu cara untuk menarik perhatian konsumen agar bisnis bisa terus berkembang.

Menurut Kotler (2003:2010) kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik. Kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keinginan konsumen untuk datang kembali untuk membeli ulang

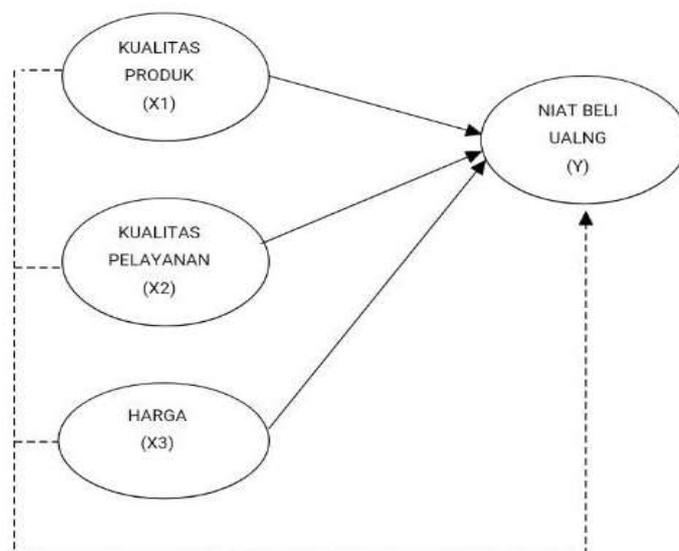
H_2 : Kualitas Pelayanan berprngaruh positif terhadap Niat Beli Ulang

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan. Harga bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Dari sudut pandang pemasaran, harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Sementara itu, dari sudut pandang konsumen, harga sering kali digunakan sebagai indikator nilai bilamana harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa. Harga yang diharapkan pelanggan adalah harga yang murah, sesuai dengan daya beli konsumen serta harga tersebut mampu bersaing sesuai dengan kualitas yang diberikan. Harga mempunyai pengaruh signifikan terhadap niat beli ulang konsumen

H₃ : Harga berpengaruh positif terhadap Niat Beli Ulang

Metode Penelitian

Penelitian dilakukan pada UPTODATE CAFÉ & EATERY di Ubud, Gianyar beralamat di Jalan Raya Teges Kanginan, Peliatan, Ubud, Gianyar. Lokasi ini dipilih sebagai tempat penelitian karena Ubud salah satu daerah yang terkenal dengan pariwisatanya. Objek penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah melakukan pembelian di UPTODATE CAFÉ & EATERY. Adapun kerangka pemikiran dalam penelitian ini:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di UPTODATE Café & Eatery dan tidak diketahui jumlahnya Ferdinand (2011) mengatakan jumlah sampel adalah jumlah indikator dikali 5 (Hair *et al.*, 2010). Dalam penelitian ini jumlah sampel yang digunakan adalah $18 \times 5 = 90$ orang responden. Dalam proses pengumpulan data, peneliti

melakukan proses penyebaran kuisioner kepada 90 sampel penelitian yang nantinya data tersebut dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil pengujian instrument penelitian ditemukan bahwa data dalam penelitian ini valid yang dimana hasil uji validitas menghasilkan nilai korelasi yang lebih besar dari 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa α diatas 0,60 sehingga data dikatan relaibel. Hasil uji asumsi klasik menunjukkan data berdistribusi normal dengan tingkat signifikansi diatas 0,05 yaitu sebesar 0,200. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa data terbebas dari gangguan pengamatan yang dapat mengganggu hasil dimana data ini dikatakan layak untuk dikaji.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	
	B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	5.541	1.454		3.812	.000
	Kualitas Produk	.116	.383	.173	2.303	.003
	Kualitas Pelayanan	.174	.388	.406	2.448	.005
	Harga	.298	.479	.262	2.622	.035

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang

Sumber : Data Diolah (2023)

Persamaan regresi penelitian ini adalah : $Y = 5,541 + 0,116X_1 + 0,174X_2 + 0,298X_3 + e$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap niat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2.303$ lebih besar dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,662$ dan nilai sig 0.003 lebih kecil bila di dibandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas produk (X_1) berpengaruh positif terhadap niat beli ulang (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas produk (X_1) maka akan meningkatkan niat beli ulang (Y). Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Krestiwawan Wibowo Santoso, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini (2013) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap niat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2.448$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,662$ dan nilai sig 0.005 bila di dibandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, maka ternyata nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai sig lebih kecil dari nilai α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik

untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap niat beli ulang (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X_2) maka akan meningkatkan niat beli ulang (Y). Menurut Kotler (2003:2010) kualitas pelayanan adalah suatu kegiatan yang meliputi kecepatan dalam melayani konsumen, kesediaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan penyerahan barang atau produk secara baik. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Hakim (2016) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif harga terhadap niat beli ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2.622$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,662$ dan nilai sig 0.035 bila di bandingkan dengan nilai alpha $\alpha = 0.05$, maka ternyata nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , dan nilai sig lebih kecil dari nilai α , sehingga berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan demikian H_0 ditolak dan H_3 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial harga (X_3) berpengaruh positif terhadap niat beli ulang (Y). Artinya jika terjadi penyesuaian pada variable harga (X_3) produk maka akan meningkatkan niat beli ulang (Y). Harga merupakan salah satu faktor bagi konsumen untuk mempertimbangkan dalam melakukan pembelian. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Wibowo Santoso, Handoyo Djoko Waluyo, Sari Listyorini (2013) menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang.

Tabel 3. Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807 ^a	.651	.639	2.90179

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

b. Dependent Variable: Niat Beli Ulang

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,639. hal ini berarti 63,9 persen variasi niat pembelian ulang dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga variabe. Sedangkan sisanya 36,1 persen dijelaskan oleh variabel lain

Tabel 4. Hasil Uji Signifikan Simultan (Uji F-Test)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1350.246	3	450.082	53.451	.000 ^b
	Residual	724.154	86	8.420		
	Total	2074.400	89			

a. Dependent Variable: Niat Beli Ulang

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

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap niat pembelian ulang. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,71 dan nilai F_{hitung} sebesar 53.451, sehingga jika dibandingkan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} dan F_{hitung} berada pada daerah penolakan H_0 maka H_4 diterima. Ini berarti bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh secara simultan terhadap niat beli ulang teruji kebenarannya. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Nopita (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Dimana semakin tinggi kualitas produk, kualitas pelayanan, serta didukung dengan kesesuaian dari harga produk akan meningkatkan niat pembelian ulang konsumen

Simpulan

Dari hasil penelitian diatas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli ulang. Melihat hasil penelitian, UPTODATE Café & Eatery kedepannya harus mampu meningkatkan lagi kualitas produknya dengan memperhatikan rasa makanan dan minuman yang dijual. Melihat hasil penelitian, UPTODATE Café & Eatery harus memberikan pelatihan kerja bagi karyawannya agar nantinya kemampuan karyawan dapat meningkat karyawan dapat melayani konsumen dengan baik dan cepat sehingga konsumen merasa puas berbelanja pada UPTODATE Café & Eatery. Melihat hasil penelitian, UPTODATE Cafe & Eatery kedepannya harus mampu memberikan harga yang disesuaikan dengan kualitas produknya jangan sampai menjual produk dengan harga yang terlalu tinggi. Melihat hasil penelitian, UPTODATE Cafe & Eatery harus mampu melakukan promosi yang lebih baik lagi di akun media sosialnya terutama *instagram*. seluruh informasi yang berkaitan dengan promosi produk harus diunggah demi memudahkan konsumen mencari informasi.

Daftar Pustaka

- Faradiba, & Astuti, S. T. (2013). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen. *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2, No. 3, 1-11.
- Fernando Made Fajar & Aksari Ni Made Asti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 7 (1), 255243.
- Hakim dan Saragih. (2019). Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Npk Mutiara Di Ud. Barelang Tani Jaya

-
- Batam. *ECOBISMA (Jurnal Ekonomi, Bisnis dan Manajemen)* Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhan Batu.
- Halim Nico Rifanto & Iskandar Donant Alananto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT 4 (3), 415-424.
- Halim Nico Rifanto & Iskandar Donant Alananto. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Persaingan terhadap Minat Beli. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Fakultas Ekonomi UNIAT 4 (3), 415-424.
- Herdioko, J. (2017). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Dalam Berbelanja Produk. *JRMB,, , Volume 12, No. 2*(135).
- Lite.(2017, April). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Ulum Ilmu Sosial dan Humaniora, Vol.3, No. 1*, 357-372.
- Miranthi, A., & Idris. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Diponegoro Journal of Management, Vol. 6 , No. 3*, 1-8.
- Murdi Nanda Abridha. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen di Toko Amanah Central Pasar Medan Mall.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36. *Performa : Jurnal Manajemen dan Start up Bisnis*.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Bisnis*. Yogyakarta: Andy Offset.
- Ummu Habibah & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 31-48.
- Utami , R. P., & Saputra, H. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Niagawan, Vol. 6 No. 2*.
- .
- .