
Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Sentrik Persada Nusantara di Denpasar

I Made Adi Gunawan⁽¹⁾

Putu Yudy Wijaya⁽²⁾

Ida Ayu Mashyuni⁽³⁾

⁽¹⁾⁽²⁾⁽³⁾ Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Pariwisata, Universitas Hindu Indonesia
e-mail: 2701adigunawan@gmail.com

ABSTRACT

This research was conducted to determine the effect of price, product quality and service quality on purchasing decisions at PT. Sentrik Persada Nusantara. The population in this study are all consumers of PT. Sentrik Persada Nusantara from January to July 2022. The sample used in this study was 100 respondents who were determined using the accidental sampling method. Data analysis techniques used in this study were validity, reliability, classical assumptions, multiple linear regression, coefficient of determination, t test and F test. Based on the results of the study it can be seen that: (1) Price has a positive and significant effect on purchasing decisions. (2) Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) Service Quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (4) Price, product quality, and service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions. The magnitude of the influence of the independent variables on purchasing decisions is 61.7%. Looking at the research results, PT. Sentrik Persada Nusantara in the future must readjust the prices of the products being sold, try to keep the prices not more expensive than other competitors so that later consumers will be interested in buying products from PT. Sentrik Persada Nusantara.

Keywords: *Price, Product Quality, Service Quality, Purchase Decision*

ABSTRAK

Penelitian kali ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Sentrik Persada Nusantara. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Sentrik Persada Nusantara dari bulan Januari s/d Juli 2022. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan metode penentuan *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, reabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F. Berdasarkan hasil penelitian dapat dilihat bahwa: (1) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (4) Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Besarnya pengaruh variabel bebas terhadap keputusan pembelian adalah 61,7%. Melihat hasil penelitian, PT. Sentrik Persada Nusantara kedepannya harus menyesuaikan kembali harga produk yang dijual, usahakan harganya tidak lebih mahal dari pesaing lainnya agar nanti konsumen tertarik untuk membeli produk dari PT. Sentrik Persada Nusantara.

Kata kunci: *Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian*

Pendahuluan

Berbagai jenis kendaraan listrik baik sepeda listrik, sampai dengan motor listrik sudah sangat dicari oleh masyarakat, oleh karena itu di PT. Sentrik Persada Nusantara yang berkecimpung dalam sektor kendaraan listrik mencoba meningkatkan produksi, untuk memenuhi keinginan konsumen serta memperoleh keputusan pembelian dari konsumen tersebut. Namun seiring berkembangnya zaman, banyak showroom – showroom kendaraan listrik lain muncul dan menjanjikan produk, harga dan kualitas pelayanan yang jauh lebih baik. Faktor – faktor tersebut yang membuat berkurangnya jumlah konsumen di PT. Sentrik Persada Nusantara. Di perusahaan juga sering ditemukan konsumen bisnis yang menunggu, karena kurangnya jumlah karyawan menjadikan pelayanan yang tidak maksimal. Jenis produk yang tersedia juga cenderung masih sedikit dan harga yang terlalu mahal, walaupun showroomnya terlihat cukup besar dan membuat pelanggan bisnis yakin ada banyak produk di dalamnya. Keinginan konsumen untuk mendapatkan produk dengan harga standar, pelayanan yang baik, serta kualitas produk yang bagus belum bisa didapatkan konsumen pada PT. Sentrik Persada Nusantara.

Kelengkapan sparepart service masih cenderung belum maksimal, dikarenakan jumlah teknisi yang sedikit dan aftersales dari gudang yang tidak lengkap. Hal tersebut juga menjadikan konsumen menunggu penjadwalan yang cukup lama untuk service dan mengakibatkan banyaknya complain.

Pada tabel berikut terjadi fluktuasi penjualan per bulan Maret 2022 yang mana pembelian pada bulan ini cenderung sedikit. Untuk mempertahankan konsumen bisnis, PT. Sentrik Persada Nusantara berusaha untuk menstabilkan harga di tengah krisis ekonomi yang melanda agar tidak terjadinya kenaikan harga yang tinggi yang menyebabkan konsumen bisnis mengurangi pembeliannya dan memilih beralih ke showroom lain yang cenderung memiliki harga lebih murah. Hal ini sangat berpengaruh kepada laba yang didapatkan PT. Sentrik Persada Nusantara. Selain itu usaha untuk menambah SDM di PT. Sentrik Persada Nusantara sudah kerap dilakukan, namun hanya bertahan 1-2 minggu saja, kemudian kembali mengalami penurunan SDM. Berikut ini adalah beberapa data pembelian motor listrik pada PT. Sentrik Persada Nusantara :

Tabel 1. Data Pembelian Motor Listrik Di PT. Sentrik Persada Nusantara pada Bulan Maret 2022

NO	NAMA PENGUNJUNG	ALAMAT	NO TLP	PRODUK YANG DIBELI
1	Ibu Rachya	Mengwi	081558070023	Motor Listrik Larisz
2	Bu Mas Ayu	Kapal	081338638519	Motor Listrik United
3	Bu Made Adya	Kapal	081238155557	Motor Listrik Gesits
5	Bu Aska	Denpasar	081916552024	Motor Listrik United
6	Yeni	Sading	081999026080	Motor Listrik United
7	Pak Alit	Denpasar	081805314445	Motor Listrik Larisz
8	Bapak Bagus	Penatih	085857112415	Motor Listrik Ecgo-2
9	Jasta	Penatih, Denpasar	08873333334	Motor Listrik Dragonfly
10	Ari	Sanur	081337485753	Motor Listrik United
11	Sukanta	Hayam Wuruk	087862283509	Motor Listrik Larisz

Sumber : Data Pembelian di PT. Sentrik Persada Nusantara

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dan dengan melihat pentingnya kualitas layanan bagi konsumen semakin meningkatnya kebutuhan yang bersifat perseorangan maupun bisnis atau industri dalam skala besar, maka dari itu saya tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengangkat judul : **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Sentrik Persada Nusantara di Denpasar”**

Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk di PT. Sentrik Persada Nusantara yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga sering kali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk semisal Sepeda Listrik. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya apabila konsumen menganggap bahwa manfaat yang diterimanya lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan.

H1 : Diduga harga sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diyakini sebagai faktor penting di dalam penentuan keputusan pembelian oleh konsumen. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli kendaraan listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara ketika konsumen tersebut menganggap kendaraan listrik itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

H2 : Diduga kualitas produk merupakan hal yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian kendaraan listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara

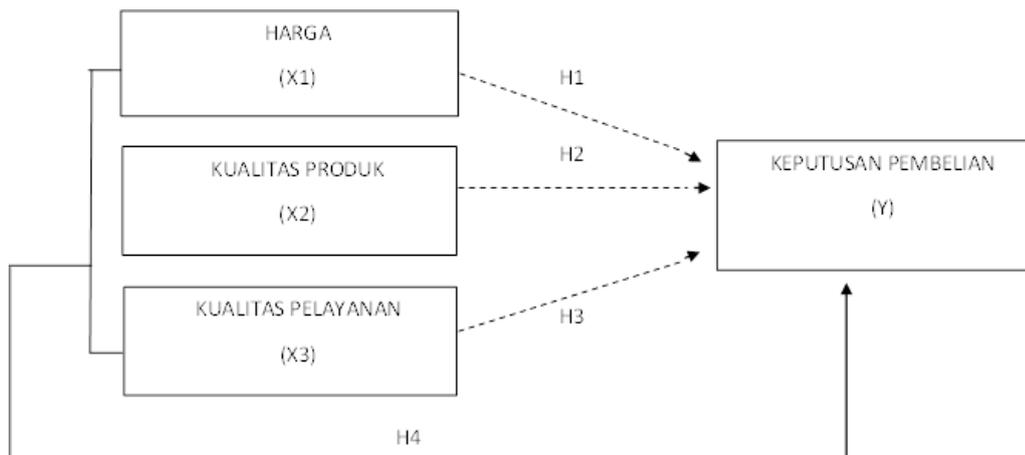
Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diyakini sebagai faktor utama yang merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan di PT. Sentrik Persada Nusantara yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk Hasil penelitian Kodu (2013) menunjukkan bahwa adanya pelayanan yang berkualitas akan mendorong keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pelayanan yang berkualitas juga dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

H3 : Diduga kualitas pelayanan dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk kendaraan listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara.

Metode Penelitian

Dalam melakukan suatu penelitian sangat perlu dilakukan perencanaan penelitian agar penelitian yang dilakukan dapat berjalan dengan baik dan sistematis. Definisi dari desain penelitian menurut Moh. Nazir (2003:11) adalah: “Semua proses yang diperlukan dalam perencanaan dan pelaksanaan penelitian, mulai tahap persiapan sampai tahap penusunan laporan”. Sedangkan menurut Husein (2005:54-55) desain penelitian adalah : “Rencana dan struktur penyelidikan yang dibuat sedemikian rupa agar proses jawaban atas pertanyaan-pertanyaan penelitian”. Penelitian ini dilakukan di PT. Sentrik Persada Nusantara, Jl. Gatot Subroto Barat No.500, Denpasar. Adapun alasan menggunakan PT. Sentrik Persada Nusantara sebagai lokasi penelitian karena harga dengan

kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak seimbang yang dapat dilihat dari banyak konsumen yang datang ke showroom cenderung tidak dilayani dengan baik oleh sales counter sehingga mengakibatkan tidak terjadinya transaksi dan menurunnya laba. Selain itu harga dan kualitas produk juga tidakimbang. Harga yang mahal namun kualitas produk yang setara dengan harga produk lain yang lebih murah, dilihat dari banyaknya complain dan kendala dari konsumen setelah beberapa hari pembelian produk. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Sentrik Persada Nusantara dari bulan Januari s/d Juli 2022. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik penentuan sampel incidental/accidental sampling. Data dalam penelitian ini didapat melalui proses penyebaran kuesioner dan dianalisis menggunakan teknik analisis regresi linear berganda.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dari hasil telaah instrumen penelitian disimpulkan bahwa data penelitian ini valid sebab hasil uji validitas menunjukkan nilai korelasi lebih besar dari 0,30. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa alpha lebih besar dari 0,60, sehingga data dianggap reliabel. Hasil uji hipotesis klasik menunjukkan bahwa data berdistribusi normal pada tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05 yaitu 0,060. Hasil uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas juga menunjukkan bahwa data bebas dari bias pengamatan yang dapat mempengaruhi hasil dimana data tersebut dianggap layak untuk diteliti. .

Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.453	.955			4.662	.000
	Harga	.331	.143	.334		2.217	.029
	Kualitas Produk	.364	.138	.433		2.636	.010
	Kualitas Pelayanan	.346	.067	.456		5.142	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah 2023

Persamaan regresi penelitian ini adalah : $Y = 4,453 + 0,331X_1 + 0,364X_2 + 0,346X_3 + e$

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif harga terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2,217$ lebih besar dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,660$ dan nilai sig 0.029 lebih kecil bila di bandingkan 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 harga (X_1) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable harga (X_1) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y). Hasil tersebut menjelaskan bahwa semakin baik harga produk yang ditawarkan oleh PT. Sentrik Persada Nusantara akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Dalam membeli suatu produk konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitasnya saja, tetapi juga memikirkan kelayakan harganya. Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk di PT. Sentrik Persada Nusantara yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Harga sering kali dikaitkan dengan kualitas, konsumen cenderung untuk menggunakan harga sebagai indikator kualitas atau kepuasan potensial dari suatu produk semisal Sepeda Listrik. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya apabila konsumen menganggap bahwa manfaat yang diterimanya lebih besar, maka yang akan terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Harga yang pantas berarti nilai yang dipersepsikan pantas pada saat transaksi dilakukan. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Priskyla Wenda Rumondor, Altje L. Tumbel, dan Imelda W. J. Ogi (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 2,636$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,660$ dan nilai sig 0.010 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_2 diterima. Ini berarti bahwa secara statistik untuk uji

satu sisi pada taraf kepercayaan (α) = 5%, secara parsial kualitas produk (X_2) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas produk (X_2) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa, apabila terjadi peningkatan pada kualitas produk milik PT. Sentrik Persada maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian diyakini sebagai faktor penting di dalam penentuan keputusan pembelian oleh konsumen. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli kendaraan listrik di PT. Sentrik Persada Nusantara ketika konsumen tersebut menganggap kendaraan listrik itu dibutuhkan. Kualitas produk yang diberikan perusahaan adalah strategi yang tepat untuk menarik perhatian konsumen. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Anwar (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} = 5,142$ dibandingkan dengan nilai $t_{tabel} = 1,660$ dan nilai sig 0.000 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 kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (Y). Artinya jika terjadi peningkatan pada variable kualitas pelayanan (X_3) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y). Hasil penelitian menunjukkan, apabila kualitas pelayanan yang diberikan PT. Sentrik Persada meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian diyakini sebagai faktor utama yang merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Apabila pelayanan di PT. Sentrik Persada Nusantara yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Kodu (2013) menunjukkan bahwa adanya pelayanan yang berkualitas akan mendorong keputusan pembelian konsumen. Selain itu, pelayanan yang berkualitas juga dapat mendorong konsumen untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

**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	.793 ^a	.629	.617	1.95790

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Data diolah 2023

Berdasarkan tabel di atas koefisien determinasi yang ditunjukkan dari nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,617. hal ini berarti 61,7% variasi variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variasi dari ketiga harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan. Sedangkan sisanya ($100\% - 61,7\% = 38,3\%$) dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model penelitian seperti kebutuhan, lokasi, dan lainnya.

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

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	623.438	3	207.813	54.212	.000 ^b
	Residual	368.002	96	3.833		
	Total	991.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Sumber : Data diolah 2023

Dari hasil penelitian diketahui adanya pengaruh positif dan signifikan antara harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di PT. Sentrik Persada Nusantara. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{tabel} sebesar 2,70 dan nilai F_{hitung} sebesar 54,212, 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 harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian teruji kebenarannya. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Rizka Putri Sumastari, Aris Sunindyo (2019) menyatakan bahwa harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya jika terjadi peningkatan atau penyesuaian pada variable harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan kualitas

pelayanan (X_3) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y). Melihat hasil penelitian, PT. Sentrik Persada Nusantara kedepannya harus menyesuaikan kembali harga produk yang dijual, usahakan harganya tidak lebih mahal dari pesaing lainnya agar nanti konsumen tertarik untuk membeli produk dari PT. Sentrik Persada Nusantara. PT. Sentrik Persada Nusantara kedepannya harus mengeluarkan varian warna kendaraan listrik yang lebih beragam seperti warna army, blue elektrik, dan lainnya yang bisa memikat konsumen untuk melakukan pembelian. PT. Sentrik Persada Nusantara menyediakan fasilitas ruang tunggu untuk konsumennya. Melihat hasil penelitian, PT. Sentrik Persada Nusantara kedepannya harus menata kembali ruang tunggu yang dimiliki. Pastikan tersedia kursi yang cukup untuk menampung konsumen sehingga nantinya konsumen merasa nyaman saat berbelanja. PT. Sentrik Persada Nusantara kedepannya harus melakukan promosi seperti memberikan potongan harga kepada konsumen agar memikat mereka melakukan pembelian ulang pada produk yang ditawarkan oleh PT. Sentrik Persada Nusantara.

Daftar Pustaka

- Almanda, W., & Siagian, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Mamakael Berniaga Sejahtera. *ECo-Buss*, 5(1), 133–145. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i1.330>
- Anita Chaudhari, Brinzel Rodrigues, S. M. (2016). ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN ROWN DIVISION KOTA SURAKARTA. *Ucv*, 1(02), 390–392.
- Armistead dan Clark. (1999). *Ii, B A B Pelayanan, A Kualitas Pelayanan, Pengertian Kualitas*. 56–57.
- Baker, W. L., Marn, M. V., & Zawada, C. C. (2010). Customer Value. *The Price Advantage*, 45–73. <https://doi.org/10.1002/9781118267653.ch4>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Chaniagara, M. V. B., & Agustiono, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Testimoni Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ma-Sum. In *Performa* (Vol. 6, Issue 3). <https://doi.org/10.37715/jp.v6i3.2537>
- Dewi, M. (2017). Perbedaan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike dan Adidas Di Bandar Lampung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 11–21.
- Ekawati, M., Kumadji, S., & Kusumawati, A. (2018). Pengaruh Electronic word of mouth Terhadap Pengetahuan Konsumen serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian (Survei pada Followers Account Twitter @WRPdiet). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 14
- Eni. (2020). pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Ejji Coffee Corner Margorejo. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.
- Erisa. (2021). Pengaruh Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., Mi, 5–24.

- Febriana, D. E. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken (Studi Kasus Di Rocket Chicken Bandar Kota Kediri). *Ethese Lain Kediri*.
- Fitrianty, Y. R. (2018). Pengaruh Harga Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Soraya Shop Plaju Palembang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gerardo Runtuuwu, J., Oroh, S., & Taroreh, R. (2014). Pengaruh Kualitas Produk. *Jurnal EMBA*, 2(3), 1803–1813.
- Hidayat, I. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Hero Kesugihan Cilacap). *Fakultas Ekonomi Universitas Nahdlatul Ulama Al-Ghazali*.
- Iman, M. N. U. R., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Jakarta, I. (2020). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian kopi di coffee shop batas kota. *Jurnal Ekonomi*.
- Jamal, S. (2012). Merumuskan Tujuan dan Manfaat Penelitian. *Ilmiah Dakwah Dan Komunikasi*, 3 No. 5, 148–150.
- Laluyan, G. I., Wibowo, I., & Setiorini, A. (2019). Implementasi Digital marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen JD.id. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*.
- Miller JC, I. I. I. (2019). *Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas*. 2012, 8–27.
- Mundir. (2015). *Analisis Pengaruh Harga , Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian*. 145.
- Ninoy Yudhistya Sulistiyono. (2013). Ninoy Yudhistya Sulistiyono, 2013 Gambaran Asupan Zat Gizi Dan Aktivitas Fisik Mahasiswa Ilmu Keolahragaan Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu 19. *Repository.Upi.Edu*, 19–29.
- Noviyani, H. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan citra merek terhadap kepuasan pelanggan PT.Adi Sarana Armada, Tbk Lampung. *Ekonomi Dan Bisnis Perbankan*, 24(6), 144–205.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). *Digital marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial*. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56.
- Pratama, D. (2021). Landasan Teori Variabel Intervening. *Bab III Metoda Penelitian, Bab iii me*, 1–9.
- Rahmadhani, R., & Prihatini, A. E. (2019).). *Pengaruh Electronic word of mouth Dan Perceived Risk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Tokopedia*. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 23–30.
- Saputra Ridho. (2020). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store Pekanbaru*. 23. https://repository.uir.ac.id/6149/1/RIDHO_SAPUTRA.pdf
- Saverus. (2019). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINIMARKET AMARTA MLILIR JL. PONOROGO-MADIUN. In *Jurnal Kajian Pendidikan Ekonomi dan Ilmu Ekonomi* (Vol. 2, Issue 1).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Washington D.C. Fitria, S. E., & Dwijananda, I. M. (2019). ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Go- Jek). *E-Proceeding of Management*, Vol.3, No.
- Wibisono, E. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UD. Rizky Barokah di Balongbendo. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Wicaksana, A., & Rachman, T. (2018b). Pengaruh Harga dan Desain Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Robusta Di Lampung Bara. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 3(1), 10–27.