

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS PT. JATINOM INDAH
BLITAR)

Rahmat Rizki Mauladi¹, Nur Hidayati², Ririn Wahyu Arida³

Manajemen/Ekonomi, Universitas Islam Kediri

rmauladi123@gmail.com, nurhidayati@uniska-kediri.ac.id, ririnwahyu@uniska-kediri.ac.id

Abstrak

Penelitian ini dilaksanakan di PT Jatinom Indah Blitar. Jenis Penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Tujuan diadakan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis: (1) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian, (2) Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian, (3) Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Y) pada PT Jatinom Indah Blitar. Teknik penentuan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti adalah Sampel Jenuh dengan jumlah sampel sebanyak 50 responden. Teknik analisis yang digunakan, yaitu uji instrumen, uji asumsi klasik, dan uji hipotesis yang terdiri dari analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan uji R². Hasil dari penelitian ini adalah (1) Kualitas Produk berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial (2) Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial (3) Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan dan positif secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstract

This research was conducted at PT Jatinom Indah Blitar. The type of research used is quantitative. The purpose of this research is to determine and analyze: (1) The Influence of Product Quality on Purchasing Decisions, (2) The Influence of Price on Purchasing Decisions, (3) The Influence of Product Quality and Price on Purchasing Decisions (Y) at PT Jatinom Indah Blitar. The technique for determining the number of samples used by the researcher is Saturated Sample with a sample size of 50 respondents. The analysis techniques used are instrument testing, classical assumption testing, and hypothesis testing consisting of multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and R2 test. The results of this study are (1) Product Quality has a significant and positive effect on purchasing decisions partially (2) Price has a significant and positive effect on purchasing decisions partially (3) Product Quality and Price have a significant and positive effect simultaneously on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

Article History

Received: September 2024

Reviewed: September 2024

Published: September 2024

Plagirism Checker No 223

DOI : Prefix DOI :

10.8734/Musytari.v1i2.365

Copyright : Author

Publish by : Musytari



This work is licensed under
a [Creative Commons
Attribution-NonCommercial
4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

1. Pendahuluan

Peternakan memiliki peranan yang penting dalam sektor perekonomian Indonesia. Peternakan memiliki sejarah yang panjang dalam kehidupan masyarakat Indonesia serta menjadi integral dari kehidupan masyarakat Indonesia itu sendiri. Indonesia mempunyai tradisi peternakan yang kaya yang diajarkan sejak pada zaman nenek moyang, karena pada zaman dulu kegiatan memelihara hewan ternak merupakan kegiatan untuk memenuhi sandang, pangan, dan papan. Dengan adanya peternakan memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Peternakan membantu memberikan lapangan pekerjaan yang mempunyai cakupan yang luas dan sangat membantu masyarakat untuk bekerja sehari-hari. Hal yang mendasari mengapa peneliti memilih PT Jatinom Indah Blitar sebagai tempat objek penelitian adalah rasa ingin tahu yang tinggi mengenai kegiatan apa saja yang dilakukan di Perusahaan ini, serta mendapatkan wawasan dan pengetahuan yang bermanfaat.

PT. Jatinom Indah Blitar merupakan salah satu perusahaan peternakan telur yang ada di Blitar Jawa Timur, tepatnya berada di Slorok, Kecamatan Doko, Kabupaten Blitar. PT. Jatinom Indah Blitar adalah perusahaan yang bergerak pada bidang ayam petelur produksi dan bibit ayam petelur yang memfokuskan menjual telur ayam negeri dengan kualitas terjamin karena dengan penanganan sendiri atau dikelola sendiri. Perusahaan ini bergerak dalam penjualan telur dengan skala besar dengan kata lain B2B (*Bussines to Bussines*). Tujuan dari perusahaan ini berkembang yaitu untuk berkomitmen dalam keikutsertaannya menjaga ketahanan pangan dengan menyediakan sumber protein yang berkualitas dengan memberikan harga yang efisien sehingga bisa terjangkau disemua kalangan masyarakat.

2. Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Purnama dkk., (2022 : 20) "Kualitas produk adalah salah satu alat yang digunakan para pemasar untuk menentukan *positioning* produknya dipasar". [1]. Menurut Yulinda dkk., (2021 : 3) "Kualitas produk adalah sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk". [2].

Berdasarkan para peneliti tersebut disimpulkan kualitas produk merupakan sebagai alat penentu suatu produk dan sebagai alat penentu tingkat kepuasan yang diperoleh dari konsumen terhadap suatu produk serta penentu kesetiaan konsumen.

Harga

Menurut Murnilawati dkk., (2019 : 2) "harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan konsumen untuk bisa makan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya". [3]. Sedangkan menurut Kotler Philip & Armstrong Gary, (2018 : 308) "Harga adalah jumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau layanan. Secara lebih luas, harga adalah jumlah dari semua nilai yang diserahkan pelanggan untuk mendapatkan manfaat untuk memiliki atau menggunakan produk atau layanan". [4].

Dari penjelasan para ahli diatas dapat disimpulkan peneliti bahwa harga adalah suatu alat ukur atau alat tukar untuk penetapan suatu barang yang dibebankan untuk mendapatkan timbal balik berupa manfaat.

Keputusan Pembelian

Menurut Andrian dkk., (2022 : 112) Keputusan pembelian merupakan pemikiran dimana individu mengevaluasi berbagai pilihan dan memutuskan pilihan pada suatu produk dari sekian banyak pilihan. [5]. Menurut Tjiptono (dalam Andrian dkk., 2022 : 112) 'keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian'. [6].

menurut pendapat para ahli diatas, maka dapat dijelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses dimana seorang konsumen memikirkan produk atau layanan jasa yang akan dibelinya dan setelah melakukan pemikiran maka tahap selanjutnya yaitu melakukan

pembelian baik itu produk atau jasa.

3. Metode

Penelitian ini menggunakan Sampling Jenuh yang termasuk dalam *Non-Probability Sampling*. Menurut Sodik, (2015 : 66) ‘Non probability sampling adalah teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel’. [7] Populasi dari konsumen PT Jatinom Indah Blitar sebanyak 50 konsumen, maka sampelnya sebanyak 50 konsumen karena menggunakan sampel jenuh. *Software* SPSS (*Statistical Package and Social Science*) versi 26 akan digunakan untuk menjalankan perhitungan program komputer dalam penelitian ini, yang menggunakan metodologi kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di PT Jatinom Indah Blitar. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis statistika, uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi normalitas data, uji multikolinearitas, uji linearitas, uji heterokedastistas, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (uji R^2), uji signifikansi parsial (uji t), dan uji signifikansi simultan (uji F).

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Olah Data

Uji Validitas

Tabel 4.1
Tabel Uji Validitas X1,X2, dan Y

Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)			
Item	Sig. (2-Tailed)	Standar Validitas	Keterangan
X1.1	0.000	< 0.05	VALID
X1.2	0.000	< 0.05	VALID
X1.3	0.000	< 0.05	VALID
X1.4	0.000	< 0.05	VALID
X1.5	0.000	< 0.05	VALID
Hasil Uji Validitas Harga (X2)			
Item	Sig. (2-Tailed)	Standar Validitas	Keterangan
X2.1	0.000	< 0.05	VALID
X2.2	0.000	< 0.05	VALID
X2.3	0.000	< 0.05	VALID
X2.4	0.000	< 0.05	VALID
X2.5	0.000	< 0.05	VALID
X2.6	0.000	< 0.05	VALID
X2.7	0.000	< 0.05	VALID
X2.8	0.000	< 0.05	VALID
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)			
Item	Sig. (2-Tailed)	Standar Validitas	Keterangan
Y1	0.000	< 0.05	VALID
Y2	0.000	< 0.05	VALID
Y3	0.000	< 0.05	VALID
Y4	0.000	< 0.05	VALID
Y5	0.000	< 0.05	VALID

Y6	0.000	< 0.05	VALID
Y7	0.000	< 0.05	VALID
Y8	0.000	< 0.05	VALID
Y9	0.000	< 0.05	VALID
Y10	0.000	< 0.05	VALID

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, menunjukan bahwa hasil semua item pernyataan pengujian validitas dari variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki nilai *Sig. (2-tailed)* < 0.05. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner atau item pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 4.2
Tabel Uji Reliabilitas X1,X2, dan Y

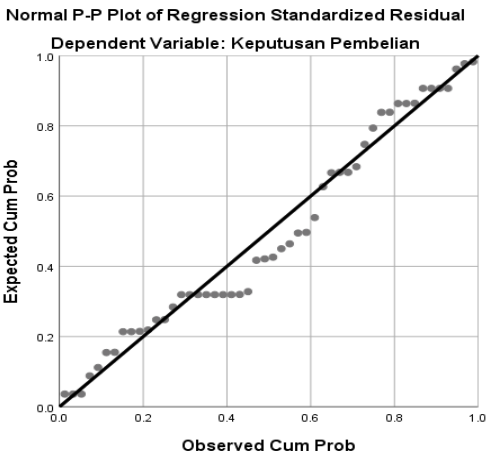
Hasil Uji Reliabilitas			
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Standar Reliabilitas	Keterangan
Kualitas Produk(X1)	0,939	> 0.60	RELIABLE
Harga (X2)	0,960	> 0.60	RELIABLE
Keputusan Pembelian (Y)	0,985	> 0.60	RELIABLE

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.2 tersebut hasil dari *cronbach's alpha* dari variabel Kualitas Produk (X1) 0.939 > 0.60, Harga (X2) 0.960 > 0.60, dan Keputusan Pembelian (Y) 0.985 > 0.60. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner atau item pernyataan tersebut dinyatakan reliabel.

Uji Normalitas Data

Tabel 4.3
Uji Normalitas Data



Sumber: Data Diolah Peneliti, 2024,

Berdasarkan hasil uji normalitas pada gambar diatas, maka diketahui jika plot menyebar mengikuti arah garis diagonal yang membelah bidang. Dengan demikian maka dapat disimpulkan jika data terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4
Tabel Hasil Uji Multikolinearitas

Hasil Uji Multikolinearitas			
Colinearity Statistics			
Taraf Nilai <i>Tolerance</i> > 0.1 dan nilai VIF < 10			
Variabel	<i>Tolerance</i>	VIF	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,588	3.392	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga (X2)	0,624	4.527	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan tabel 4.4 tersebut, variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai Toleransi 0.588 > 0.1 dan memiliki nilai VIF 3.392 < 10, variabel Harga (X2) memiliki nilai Toleransi 0.624 dan memiliki nilai VIF 4.527 < 10. Berdasarkan penjelasan diatas bisa disimpulkan variabel bebas Kualitas Produk (X1), Harga (X2) tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Linearitas

Tabel 4.5
Tabel Hasil Uji Linearitas

Variabel	<i>Deviation from Linierity</i>	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)	0,739	Linier
Harga (X ₂)	0,277	Linier

Sumber : Hasil *output* SPSS Versi 25, 2024.

Berdasarkan hasil uji linieritas pada tabel 4.11, maka diketahui jika nilai *deviation from linierity* pada variabel kualitas produk (X₁) sebesar 0,739 > 0,05 dan pada variabel harga sebesar 0,277 > 0,05. Hal ini membuktikan jika terdapat hubungan yang linier antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

Uji Heterokesdesitas

Tabel 4.6
Tabel Hasil Uji Heterokesdesitas

Hasil Uji Linearitas			
Variabel	<i>Sig. Linearity</i>	Taraf Sig.	Keterangan
Interaksi Pelanggan (X1)	0,739	> 0.05	LINEAR
Strategi Promosi (X2)	0,277	> 0.05	LINEAR

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.5 bahwa Kualitas Produk (X1) dengan nilai *Sig. Linearity* 0.739 > 0.05, Harga (X2) dengan nilai *Sig. Linearity* 0.277 > 0.05. Dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel bebas (independen) memiliki hubungan yang linear terhadap variabel terikat (depeden).

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 4.7
Tabel Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda	
Variable	b
(Constant)	5.320
Kualitas Produk (X1)	0,635
Harga (X2)	0,402

Sumber: Data diolah Peneliti, 2024
Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda, maka berikut merupakan persamaan dan pemaparannya nilai konstanta maupun nilai koefisien regresi :

- $Y = 5,320 + 0,635 (X_1) + 0,402 (X_2)$
- 1) Nilai Konstanta sebesar 5,320 dirtikan bahawa apabila kualitas produk dan harga nilainya tetap atau tidak berubah, maka keputusan pembelian memiliki nilai sebesar 5,320.
 - 2) Nilai koefisien regresi untuk variabel kualitas produk (X₁) sebesar 0,635 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika kualitas produk naik 1 satuan, maka keputusan pembelian juga naik sebesar 0,635.
 - 3) Nilia koefisien regresi untuk variabel harga (X₂) sebesar 0,402 yang bernilai positif dan searah, sehingga ketika harga naik 1 satuan, maka keputusan pembelian juga akan naik sebesar 0,402.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.8
Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

R	R ²	Adjusted R Square	Std. Eroro of the Estimate
0,885 ^a	0,783	0,780	1,794

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2024.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi R² pada tabel 4.17, maka diketahui jika variabel kualitas produk dan harga mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Group sebesar 0,783 atau sebesar 78,3%, dan sisanya sbesar 21,7% dipengaruhi oleh variabel diluar penelitian diantaranya kualitas pelayanan, lokasi, dan masih banyak lagi.

Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Tabel 4.9
Tabel Hasil Uji Parsial (Uji t)

Hipotesis	Analisa	Keterangan
Kualitas produk berpenmgaruh terhadap keputusan pembelian	6,014 > 2,010 dengan nilai signifikansi 0,001 < 0,05	H _{a1} diterima
Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian	7,961 > 2,010 dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05	H _{a2} diterima

Sumber : Hasil output SPSS Versi 25, 2024.

1) Pengujian Hipotesis Pertama (H_{a1})

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14, maka diketahui nilai Signifikansi untuk kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $6,014 > 2,010$ sehingga dapat disimpulkan jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

2) Pengujian Hipotesis Kedua (H_{a2})

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14, maka diketahui nilai Signifikansi untuk harga terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $7,961 > 2,010$ sehingga dapat disimpulkan jika harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Tabel 4.10
Tabel Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji f)

Variabel	F _{hitung}	F _{tabel}	Signifikansi	Keterangan
Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	15,961	2,80	0,000	H_{a3} diterima

Sumber : Hasil *output* SPSS Versi 25, 2024.

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16, maka diketahui jika nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $15,961 > 2,80$. Maka dapat disimpulkan jika variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

4.2 Pembahasan dan Interpretasi Hasil Penelitian

Dari hasil data analisis statistik pada analisis regresi linear berganda yang telah dilakukan dan dijelaskan sebelumnya dengan bantuan software SPSS 25, dapat diketahui bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), dan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14, maka diketahui nilai Signifikansi untuk kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar $0,001 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $6,014 > 2,010$ sehingga dapat disimpulkan jika kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Group.

Pentingnya menjaga kualitas produk dalam sebuah usaha dikarenakan kualitas produk merupakan sebuah kunci dari kesuksesan usaha itu sendiri. Dengan memberikan kualitas produk yang unggul secara tidak langsung maka akan mempertahankan konsumen serta menambah konsumen baru dan adanya sikap konsisten dalam sebuah kualitas produk maka akan mendatangkan reputasi merek yang posited untuk melanjutkan usaha. Kualitas produk yang baik dapat membentuk loyalitas pelanggan serta menjadikan produk kita lebih unggul dari competitor lainnya. Serta, dalam jangka panjang akan mendapatkan suatu kepercayaan dari konsumen atau pelanggan. Dengan berbagai ulasan tersebut berguna bagi perusahaan untuk membuat konsumen melakukan keputusan pembelian.

Penelitian dari Yulinda dkk., (2021 : 1) menyatakan jika kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Nick Coffe* Kota Bengkulu. [8].

Pengaruh Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil pada tabel 4.14, maka diketahui nilai Signifikansi untuk harga terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu sebesar $7,961 > 2,010$ sehingga dapat disimpulkan jika harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

Harga merupakan hal terpenting dalam melakukan keputusan pembelian, harga dapat menjadi pembanding suatu produk satu dengan produk lainnya untuk mengetahui apakah harga tersebut mampu dibelinya. Pemberian harga yang terbaik juga tidak luput dari strategi yang dijalankan bisa melalui promosi atau diskon. Harga juga mempunyai nilai dan pengaruh psikologis bagi konsumen apabila harga yang diberikan terlalu murah maka kualitasnya akan di pertanyakan dan sebaliknya, maka solusi dari hal tersebut perusahaan sering menggunakan citra merek untuk mempengaruhinya. Pada era digital konsumen dengan sangat mudah untuk mencari tahu perbandingan harga dari tempat satu ke tempat yang lainnya, oleh karena itu pemberian harga yang menarik dengan adanya berbagai promosi dan diskon akan mendatangkan konsumen untuk melakukan keputusan pembelian baik secara online maupun offline.

Penelitian dari Gofur, (2019 : 3) menyatakan jika harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Kedai Kopi Arjosua Kota Bekasi. [9].

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji F pada tabel 4.16, maka diketahui jika nilai signifikansi untuk variabel kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) secara simultan sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu sebesar $15,961 > 2,80$. Maka dapat disimpulkan jika variabel kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Blitar.

Kualitas produk yang baik dapat memicu terjadinya keputusan pembelian pada diri konsumen, hal ini juga bisa didorong dengan adanya harga yang selalu stabil hingga konsumen dapat mengukur kemampuan daya belinya sebelum memutuskan pembelian.

Pernyataan tersebut dikuatkan oleh penelitian yang dilakukan Dina (2021) yang menyatakan jika kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian produk helm SNI Di Kota Malang.

5. Kesimpulan dan Saran**Kesimpulan**

Pada bab akhir dalam pembahasan penyusunan skripsi ini berisi tentang kesimpulan secara keseluruhan dari hasil penelitian dan saran yang diharapkan berguna sebagai bahan pertimbangan pada PT. Jatinom Indah Blitar dalam meningkatkan keputusan pembelian yaitu :

1. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Group.
2. Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian pada PT. Jatinom Indah Group
3. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indah Group.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang ada, maka didapatkan beberapa saran yang membangun sebagai berikut :

- 1) Bagi Operasional

Saran yang dapat diberikan kepada PT. Jatinom Indah Group diantaranya perusahaan sebaiknya mampu untuk menjaga kualitas produk selebihnya itingkatkan untuk bisa menjadikan keputusan pembelian pada diri konsumen juga terjaga. Selain itu memperhatikan kestabilan harga menjadi salah satu hal yang cukup penting dilakukan oleh perusahaan untuk bisa menjadikan konsumen setiap dalam melakukan pembelian ternak pada PT. Jatinom Indah Group.

2) Bagi Akademik

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti variabel diluar variabel yang telah diteliti, hal ini bertujuan untuk memperkaya khasanah ilmu pengetahuan dalam sebuah penelitian terutama pada bidang manajemen pemasaran.

Daftar Pustaka

- [1] Purnama, N. I., Harahap, S. H., & Siregar, , Dini Syahputri. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Suasana Toko Terhadap Loyalitas Konsumen Ompu Gende Coffee*.
- [2] Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store's Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *Ekombis Review*.
- [3] Murnilawati, Hairudinor, & Rasyidi, M. N. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan "Andina" Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provinsi Kalimantan Tengah*.
- [4] Kotler Philip, & Armstrong Gary. (2018). *Principles of Marketing* (Luiz Daniel, Ed.).
- [5] Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- [6] Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Nursal, M. F. (2022). *Perilaku Konsumen*.
- [7] Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*.
- [8] Yulinda, A. T., Febriansyah, E., & Riani, F. S. (2021). Pengaruh Store's Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Nick Coffee. *Ekombis Review*
- [9] Gofur, A. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44.