



**PENGARUH LABEL HALAL, KUALITAS PRODUK DAN  
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA PRODUK KERIPIK DI DESA PAJARAN GUNTING**

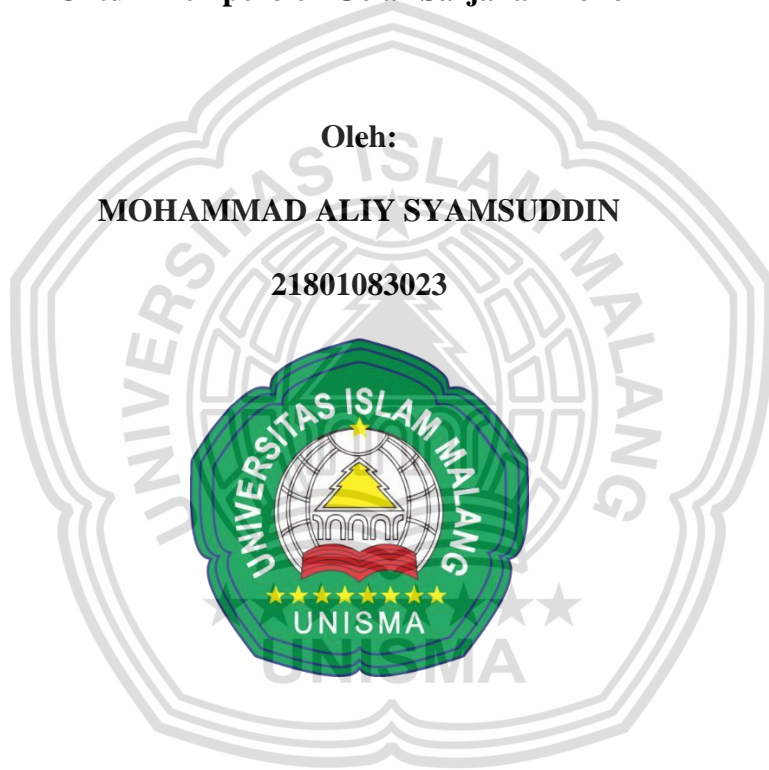
**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Oleh:**

**MOHAMMAD ALIY SYAMSUDDIN**

**21801083023**



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**2023**

## ABSTRAK

*Dalam memenuhi kebutuhannya, seorang akan memilih produk yang dapat memberikan kepuasan tertinggi yaitu respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Faktor-faktor yang menciptakan kepuasan tertinggi bagi setiap orang berbeda-beda, namun secara umum faktor seperti kualitas produk dan harga seringkali menjadi pertimbangan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian dengan studi kasus Keripik UD. MAWAR di Desa Pajaran Gunting. Penelitian ini menggunakan metode analisis linear berganda yang diolah menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$ -hitung  $0,612 < t$ -tabel  $1,667$ . Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$ -hitung  $2,405 > t$ -tabel  $1,667$ . Label Halal berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $t$ -hitung  $2,342 > t$ -tabel  $1,667$ . Secara simultan, label halal, kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai  $f$ -hitung  $11,862 > f$ -tabel  $2,73$  dan nilai probabilitas signifikan  $0,000 < 0,05$ .*

***Kata kunci: Label Halal, Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.***

**ABSTRACT:**

*In meeting their needs, a person will choose the product that can provide the highest satisfaction, namely the response or responses of consumers regarding the fulfillment of needs. The factors that create the highest satisfaction for each person are different, but in general factors such as product quality and price are often considered by consumers. This study aims to analyze the effect of the halal label, product quality and price on purchasing decisions with a case study Keripik UD. ROSES in the village of Pandan Gunting. This study used multiple linear analysis methods which were processed using SPSS 25. The results showed that partially price had no positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count value of  $0.612 < t\text{-table } 1.667$ . Product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count of  $2.405 > t\text{-table of } 1.667$ . The Halal label has a positive and significant effect on purchasing decisions with a t-count of  $2.342 > t\text{-table of } 1.667$ . Simultaneously, the halal label, product quality and price have a positive and significant effect on purchasing decisions with an f-count value of  $11.862 > f\text{-table } 2.73$  and a significant probability value of  $0.000 < 0.05$ .*

**Keywords:** *Halal Label, Halal Certification, Product Quality, Price, Purchase Decision.*

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Indonesia merupakan wilayah yang besar, wilayah dengan kepulauan terbesar dan wilayah dengan kuantitas penduduk terbesar nomor 4 di dunia. Bangsa Indonesia juga terkenal sebagai bangsa yang multietnik dan multibahasa. Sebutan sebagai bangsa yang besar menuntut semua masyarakat ikut serta dalam mengelola semua sumber daya yang dimilikinya, tak terkecuali dalam bidang ekonomi.

Perekonomian suatu bangsa dapat mengambil peran sangat signifikan dalam pengembangan suatu negara. Negara dikatakan berkembang dan maju jika memiliki perekonomian yang memadai pula. Seiring dengan meningkatnya potensi konsumsi produk halal, jumlah penduduk muslim pada tahun 2015 sebesar 1,7 miliar orang, dan terus meningkat menjadi 1,8 miliar orang pada tahun 2019. Penduduk muslim diperkirakan akan terus meningkat hingga mencapai 2,9 miliar orang pada tahun 2060. Kenaikan jumlah penduduk muslim mempengaruhi konsumsi produk halal ekonomi syariah dunia. Pada tahun 2019 konsumsi produk halal mencapai 2,2 triliun atau tumbuh 5,2% pertahun (KNKS, 2021)

Indonesia memiliki penduduk muslim terbesar di dunia, oleh karena itu umat Islam diperintahkan untuk mengonsumsi makanan dan minuman halal, konsumsi makanan halal sangat erat kaitannya dengan masalah iman dan taqwa. Hal ini dijelaskan Al-Qur'an dalam surah Al-Baqarah Ayat 168:

*”Wahai sekalian manusia! Makanlah dari apa yang ada di bumi yang halal lagi baik, dan janganlah kamu ikut jejak langkah Syaitan karena sesungguhnya Syaitan ialah musuh yang terang nyata bagi kamu”.*

Menurut Undang-Undang No.33 Tahun 2014, penetapan kehalalan produk dilakukan oleh MUI. Penetapan kehalalan produk sebagaimana pada Undang-Undang tersebut mencakup hal-hal sebagai berikut:

1. Kewajiban bersertifikat halal bagi produk yang beredar dan diperdagangkan di wilayah Indonesia, berlaku 5 (lima) tahun terhitung sejak Undang-Undang ini diundangkan.
2. Kewajiban bersertifikat halal diatur secara bertahap.
3. Ketentuan mengenai jenis produk yang bersertifikat halal secara bertahap diatur oleh peraturan pemerintah.

Dari Undang-Undang di atas mengharuskan bahwasannya produk yang berada di wilayah Indonesia harus terjamin kehalalannya.

Kehalalan suatu produk merupakan salah satu faktor yang mendorong pembeli agar membeli suatu produk. Hal tersebut didukung dalam penelitian Furqon (2020) yang menunjukkan bahwa label halal berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, ketika suatu produk mempunyai sertifikat halal dari MUI, maka konsumen akan merasa terjamin kehalalannya khususnya bagi seorang muslim yang di syariatkan mengonsumsi produk halal. Dari hal tersebut dapat mendorong keinginan konsumen untuk membeli produk yang bersertifikat halal. Akan tetapi keputusan pembelian konsumen tidak hanya berpatokan kepada sertifikasi halalnya saja, ada faktor lain seperti kualitas produk dan harga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga banyak

konsumen muslim yang tertarik untuk membeli produk tersebut walaupun belum memiliki sertifikasi halal (Fadila, 2019).

Selain label halal, kualitas produk juga menjadi salah satu faktor konsumen dalam mengatasi keputusan pembelian. Hanifah & Ridwan (2020) menyatakan bahwa kualitas produk menjadi peranan penting untuk sebuah keputusan pembelian, Sebab kualitas produk yang baik berdampak baik bagi industri. Islam mengajak agar konsumen mengonsumsi produk yang bertaraf tinggi.

Selain label halal dan kualitas produk, faktor lain yang mempengaruhi konsumen untuk pembelian produk adalah harga, karena faktor harga juga dapat menjadi penentu konsumen untuk memutuskan pembelian, sebab dengan tingkat harga yang ditentukan oleh perusahaan bisa menjadi ukuran akan permintaan suatu produk. Kehati-hatian dalam menetapkan harga sangatlah penting, karena jika perusahaan salah dalam menetapkan harga untuk sebuah produk bisa berakibat tidak maksimalnya hasil penjualan produk tersebut yang juga bisa berakibat turunnya penjualan serta berkurangnya pangsa pasar (Saleh et al., 2020).

Berbicara mengenai label halal pasti tidak lepas dari keterkaitan dengan produk UMKM, sampai tahun 2020 UMKM di Indonesia sudah mencapai 65 juta yang sudah mendapat sertifikasi halal dan Jawa Timur menjadi salah satu provinsi yang ikut menyumbang angka dalam jumlah tersebut. Terbagi menjadi 29 kabupaten dan 9 kota, tentu saja membuat Jawa Timur memiliki peluang besar dalam memajukan UMKM di Indonesia, salah satu provinsi Jawa Timur yang ikut bersumbangsih dalam hal itu adalah Kabupaten Pasuruan, sebuah kabupaten yang bersebelahan dengan Kabupaten Sidoarjo dan Laut Jawa di-Utara, Kabupaten

Probolinggo di Barat, Kabupaten Malang di Selatan, Kota Baru di Barat Daya dan Kabupaten Mojokerto di Barat (Prakoso, 2021).

Kabupaten Pasuruan terkenal sebagai daerah perindustrian, pertanian dan tujuan wisata. Kabupaten dengan luas wilayah 1.474.015 km<sup>2</sup> terbagi menjadi 3 bagian yaitu daerah pegunungan dan berbukit, daerah dataran rendah, dan daerah pantai, untuk daerah pegunungan terbentang di bagian selatan dan barat, meliputi beberapa Kecamatan seperti Purwodadi, Prigen dan Gempol dengan rata-rata penduduk muslim mencapai 1.551.439 orang (BPS, 2019).

Gunting merupakan salah satu wilayah yang berada di kawasan Kecamatan Sukorejo yang sebagian penduduknya adalah petani, dari sanalah muncul beberapa UMKM yang membuat olahan keripik, mengingat saat ini keripik begitu digemari oleh masyarakat. Evanita & Trinanda (2017) mengatakan bahwa peminat keripik ada di setiap kalangan, khususnya peminat dari kalangan ibu-ibu dan juga remaja, selain itu keripik sangat mudah didapatkan, serta harganya yang terjangkau.

UD. Mawar merupakan salah satu unit usaha desa yang ada di desa Pajaran Gunting Sukorejo. UD. Mawar bergerak di Industri makanan dengan memiliki produk utama keripik. Keripik yang diproduksi oleh UD. Mawar memiliki bahan baku singkong yang di pasok langsung oleh petani setempat. Sehingga proses produksi keripik dapat diawasi standardisasi halal dan tidak mengandung bahan haram.

Peneliti juga berinisiatif untuk mengunggah sebuah karya yang meneliti tentang penerapan label halal, pengaruh kualitas produk dan harga pada suatu produk. Untuk mendapatkan data dan kejelasan informasi serta bukti ilmiah

tentang bagaimana pengaruh label halal, kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian suatu produk, dalam hal ini peneliti memilih produk keripik, perlu dilakukan suatu penelitian ilmiah, peneliti mengangkat sebuah judul **“Pengaruh Label Halal, Kualitas produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Keripik di desa Pajaran Gunting”**.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti kemukakan diatas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam peneliti ini diantaranya :

1. Bagaimana pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk keripik?
2. Bagaimana pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk keripik?
3. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk keripik?
4. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk keripik?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, penulisan peneliti bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk keripik.
2. Mengetahui pengaruh label halal terhadap keputusan pembelian pada produk keripik.



3. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk keripik.
4. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada produk keripik.

#### 1.4 Manfaat Teoritis

##### a. Bagi Akademi

Hasil riset ini dinantikan dapat memberikan kontribusi bagi peningkatan studi mengenai pengaruh label halal, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk keripik. Riset ini juga dapat dijadikan acuan untuk penelitian selanjutnya serta sebagai media untuk mendewasakan pengetahuan.

##### b. Bagi peneliti

Riset ini dinantikan dapat memberikan masukan untuk peneliti lain supaya bisa mengumpamakan konsep yang diperoleh di bangku kuliah dengan situasi yang sebenarnya dalam sebuah institusi serta menambah wawasan serta bisa dijadikan refrensi untuk riset selanjutnya.

#### 1.5 Manfaat Praktis

##### a. Pihak manajemen

Memberikan data tentang dampak sertifikasi halal, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian sehingga cenderung digunakan sebagai batu loncatan dalam memilih sistem mana yang akan diputuskan untuk mendorong bisnisnya.

##### b. Badan perlindungan konsumen

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan perbandingan dan referensi oleh badan perlindungan konsumen dalam menyusun atau merumuskan kebijakan terhadap produsen maupun konsumen di segi kehalalan makanan.



## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Label Halal, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian. Responden dalam penelitian ini berjumlah 75 responden yang merupakan konsumen dari produk keripik UD. MAWAR yang bertempat tinggal di Desa Pajaran Gunting, Kecamatan Sukorejo, Kabupaten Pasuruan. Pengujian dalam penelitian ini menggunakan model regresi berganda, maka terdapat beberapa kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Label halal, kualitas produk berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian pada produk keripik di Desa Pajaran Gunting
2. Label halal secara parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen produk keripik di Desa Pajaran Gunting
3. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk keripik di Desa Pajaran Gunting
4. Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada produk keripik di Desa Pajaran Gunting

#### 5.2 Keterbatasan

Adapun keterbatasan peneliti dalam penelitian yang dilakukan ini adalah sebagai berikut :

1. Peneliti ini hanya menggunakan 75 data responden dari banyaknya lapisan masyarakat di lingkungan Pajaran Gunting.

2. Pada penelitian ini terbatas pada variabel penelitian yang digunakan dimana hanya menguji variabel Label halal dan Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian.
3. Dilihat dari segi metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan *Whatsapp group dan Broadcast message* dalam penyebaran kuesioner menyebabkan kurangnya komunikasi yang cukup baik antara peneliti dengan responden dalam memahami instrumen pernyataan dalam kuesioner, sehingga akan memungkinkan responden memberi jawaban yang kurang sesuai dengan maksud dari pernyataan.
4. Dalam penelitian ini penyebaran kuesioner masih belum merata sehingga responden yang di dapat tidak proporsional.

### 5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian di atas maka saran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Disarankan untuk peneliti selanjutnya agar melakukan penelitian dengan menambah sampel dan memperluas populasi yang berada Desa Pajaran Gunting Sukorejo, Kabupaten Pasuruan.
2. Bagi peneliti selanjutnya untuk menambah variabel lain selain label halal kualitas produk dan harga yang mempengaruhi keputusan pembelian. Contohnya seperti variabel kualitas pelayanan, promosi dan juga masih banyak variabel yang bisa ditambahkan.
3. Pada metode pengumpulan data pada kuesioner disarankan peneliti selanjutnya melengkapi dengan (*short answer*) atau jawaban singkat

pada *google form* supaya lebih memahami apakah responden memahami pertanyaan dan mendapatkan hasil yang lebih akurat.

4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat menyebarkan kuesioner secara merata agar mendapatkan hasil yang proporsional



## DAFTAR PUSTAKA

- Anisya, R., Wijayanti, R., & Efendi, B. (2020). Pengaruh Label Halal, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aice. *Journal of Economic, Business and ...*, 2(1), 1–8.  
<https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/jebe/article/view/1462>
- Ari Luhur Sasangka. (2010). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian minuman energi. *Universitas Stuttgart*.
- Asnawi, N. and M. (2011). *Metodologi riset manajemen pemasaran : disertai dengan contoh hasil penelitian*. UIN-Maliki Press, Malang. ISBN 978-602-958-354-0 UNSPECIFIED : UNSPECIFIED. <http://repository.uin-malang.ac.id/2198/>
- Aspan, H., Sipayung, I. M., Muharrami, A. P., & Ritonga, H. M. (2017). The Effect of Halal Label, Halal Awareness, Product Price, and Brand Image to the Purchasing Decision on Cosmetic Products (Case Study on Consumers of Sari Ayu Martha Tilaar in Binjai City). *International Journal of Global Sustainability*, 1(1), 55. <https://doi.org/10.5296/ijgs.v1i1.12017>
- Azizah, M. (2012). Harga Yang Adil dalam Mekanisme Pasar dan Peran Pemerintah dalam Perspektif Islam. *Unisia*, 34(76), 74–85.  
<https://doi.org/10.20885/unisia.vol34.iss76.art6>
- Evanita, S., & Trinanda, O. (2017). Pengaruh Atribut Produk Terhadap Minat Beli Makanan Ringan Tradisional Pada Remaja Di Perkotaan Sumatera Barat. *Economac: Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi*, 1(2), 7.

<https://doi.org/10.24036/20171237>

Fadila, C. T. (2019). *Analisis Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Bread boy Bakery & Cake Shop di Banda Aceh)*. 126(1), 1–7.

Furqon, I. N. (2020). Pengaruh Sertifikasi Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Herbal HPAI di Boyolali dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening. *Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga*.

Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariete dengan Progam SPSS. Edisi 4. BP-UNDIP Semarang*.

Ghozali, I. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang. [http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show\\_detail&id=14026](http://senayan.iain-palangkaraya.ac.id/index.php?p=show_detail&id=14026)

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas diponegoro*.

Hanifah, N., & Ridwan, M. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral AINIQUA (Studi Pada Konsumen Di 212 Mart Garuda). *Jurnal Al-Qasd*, 2(1), 49–60.

Hardiansyah, H., & Manurung, H. P. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Luwak White Koffie (Studi Kasus Pada Warga Desa Danau Sijabut Kecamatan Air Batu). *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 1(2), 21–29.

Imam Ghozali, D. R. (2017). *Analisis Multivariat dan Ekonometrika dengan Eviews 10*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.

- Ismunandar, Muhajirin, & Haryanti, I. (2021). Pengaruh Labelisasi Halal Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Umkm Di Kota Bima. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(1), 161–166.
- Jaffry Prabu Prakoso. (2021). *Kemenkeu Catat Cuma 1 Persen UMKM Indonesia Punya Sertifikasi Halal* Artikel ini telah tayang di *Bisnis.com* dengan judul “Kemenkeu Catat Cuma 1 Persen UMKM Indonesia Punya Sertifikasi Halal”, Klik selengkapnya di sini: <https://ekonomi.bisnis.com/read/20210.https://Ekonomi.Bisnis.Com/>.
- KNKS. (2021). *Strategi Nasional Pengembangan Industri Halal Indonesia*. 70.
- Kusuma, L. A. W. (2016). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengambilan Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Program Studi Pendidikan Akuntansi Di Universitas Negeri Semarang*. 60–62.
- Lubis, F. (2017). *Pengaruh Labelisasi Halal Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Samyang Pada Masyarakat Kota Palembang*. 110265, 110493.
- Majid, A. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Tempe Barokah di Kecamatan Pamotan Kabupaten Rembang Jawa Tengah dalam Perspektif Ekonomi Islam*. 3, 1–9.
- Pasurua, B. P. S. K. (2019). *Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Agama yang Dianut di Kabupaten Pasuruan, 2019*. <https://Pasuruankab.Bps.Go.Id/>.
- Paujiah, R., Kosim, A. M., & Gustiawati, S. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Syariah dan Label Halal terhadap Keputusan Pembelian. *Al Maal: Journal of Islamic Economics and Banking*, 1(2), 144.  
<https://doi.org/10.31000/almaal.v1i2.1847>



- Prihatini, C. W. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besarpengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 3(3), 1–11.
- Priyono, A. A. (2015). *Analisis Data Dengan SPSS. Cetakan pertama. Malang: Badan Penaerbit Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang.*
- Riski, B. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Label Halal, Harga Jual Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Muslim (Studi Kasus Pada Cemilan Makanan Olahan UD. Rezeki Baru Kecamatan Medan Denai)*. 176.
- Riyono, G. E. B. (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua*. 8(2), 92–121.
- Saleh, S., Zulkarnain, & Arifin, K. (2020). Pengaruh Label Halal, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kemasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Riau. *Jurnal Economica*, 8(1), 139–157.  
<https://doi.org/10.46750/economica.v8i1.34>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan. Bandung: Alfabeta, CV.*
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.*
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.*
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: CV. Alfabeta.*

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>

Wicaksono, P. (2021). *Teori Pengambilan Keputusan yang Menghasilkan Solusi Bijak*. <https://www.qubisa.com>. <https://www.qubisa.com/article/teori-pengambilan-keputusan>

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>

