



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK TOKO ISTANA BORDIR PAKIS
MALANG**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

MOH FIKRI ADITYA MAULANA

NPM: 21801081297



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

MALANG

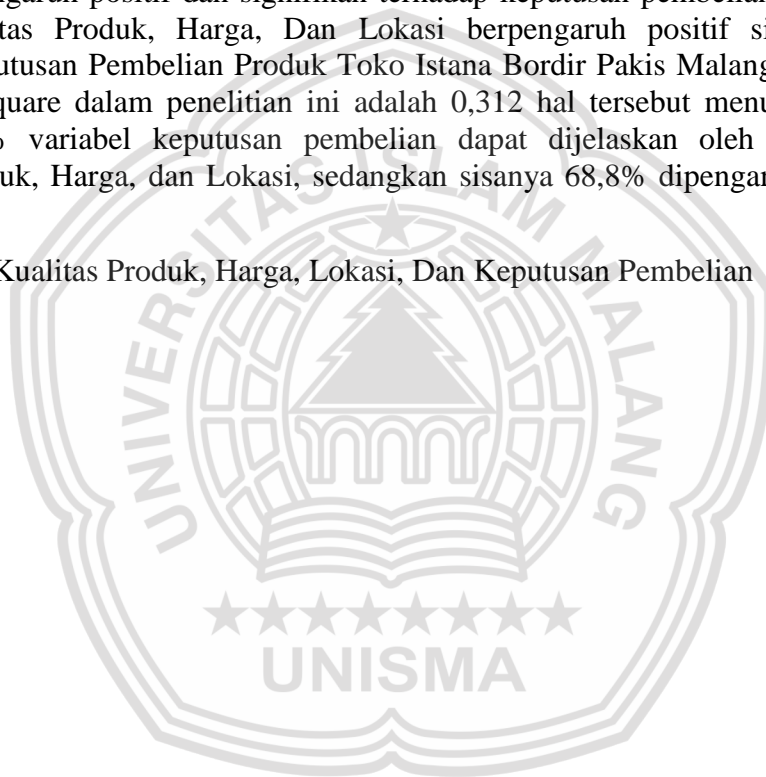
2022

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Istana Bordir Pakis Malang. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuisisioner yang disebarakan secara langsung di Toko Istana Bordir dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian. Teknik analisis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda

Hasil penelitian ini adalah secara simultan Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara parsial Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Toko Istana Bordir Pakis Malang. Angka asjusted R Square dalam penelitian ini adalah 0,312 hal tersebut menunjukkan bahwa 31,2% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi, sedangkan sisanya 68,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Dan Keputusan Pembelian

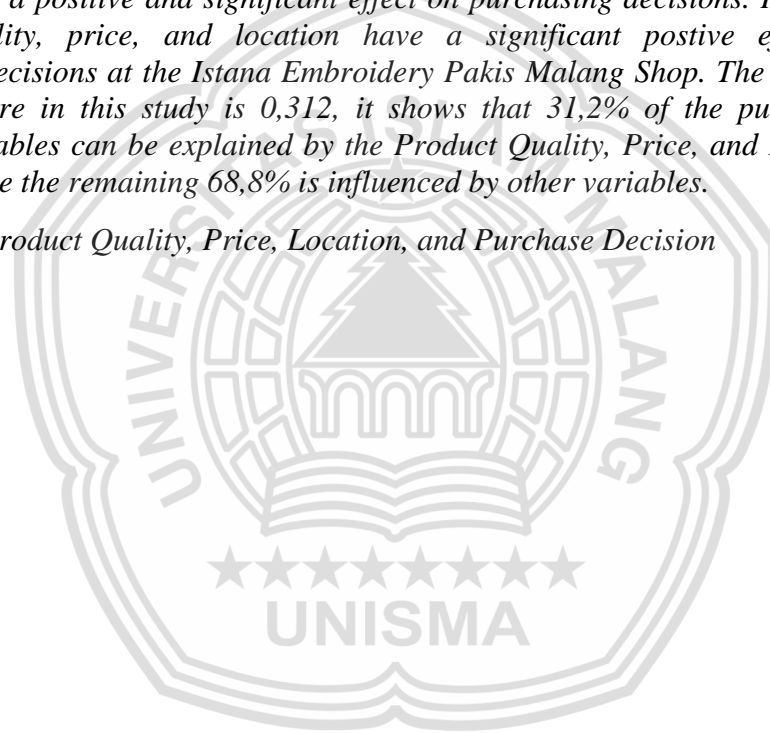


ABSTRAK

This study aims to determine the effect of product quality, price, and location on product purchase decisions at Istana Embroidery Pakis Malang. The data collection method used in this study used a questionnaire that was distributed directly at the Istana Embroidery Shop with a total sample of 100 respondents. The independent variables in this study are Product Quality, Price, and Location, while the dependent variable in this study is Purchase Decision. The testing stages are validity test, reliability test, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis test, F test, t test, and test the coefficient of determination R². The method of analysis in this study is Multiple Linear Regression Analysis processed with SPSS 14.0.

The results of this study are simultaneously product quality, price, and location have a positive and significant effect on purchasing decisions. Partially, product quality, price, and location have a significant positive effect on purchasing decisions at the Istana Embroidery Pakis Malang Shop. The adjusted R Square figure in this study is 0,312, it shows that 31,2% of the purchasing decision variables can be explained by the Product Quality, Price, and Location variables, while the remaining 68,8% is influenced by other variables.

Keywords : Product Quality, Price, Location, and Purchase Decision



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Malang Raya yang terdiri dari Kota Malang, Kabupaten Malang, dan Kota Batu selalu menjadi destinasi wisata yang menarik untuk dikunjungi sampai saat ini. Pengunjung yang datang tercatat sebanyak 5 Juta lebih wisatawan berlibur ke Malang Raya pada tahun 2019 . Sebagai destinasi wisata favorit di Jawa Timur Malang menyuguhkan keindahan alam, perkotaan, budaya dan sejarah yang memiliki daya tarik tersendiri. Selain wisata buatan seperti Jatim Park, Batu *Night Spectacular*, Museum angkut, Museum tubuh dan lainnya, Malang khususnya wilayah Kabupaten terkenal dengan wisata alam meliputi air terjun, coban seperti coban pelangi, coban bidadari, coban jahe, pantai yang meliputi pantai balikambang, pantai Teluk Asmara, pantai gua cina, Serta gunung bromo yang masih menjadi destinasi wisata terfavorit di Jawa Timur, sumber mata air dan lainnya.

Bersamaan dengan destinasi pariwisata yang terus berkembang, wisata belanja menjadi salah satu potensi daya tarik. Wisata belanja secara *intern* muncul karena didukung oleh perkembangan sektor pendukung wisata lain contohnya seperti sektor industri mikro gastronomi olahan hortikultura menjadi “oleh-oleh makanan”. Sedangkan faktor *ekstern* yang menjadikan wisatawan tertarik untuk mengunjungi wisata belanja, karena oleh-oleh dianggap penting yaitu sebagai rumah, souvenir, tanaman hias, dan berbagai produk *fashion* seperti pakaian, sepatu, tas aksesoris dan lainnya. Di kota

Malang terdapat banyak sekali produk fashion yang terkenal di kalangan masyarakat.

Salah satu pusat belanja wisata produk pakaian yang terkenal di kalangan wisatawan yang berkunjung di kota Malang adalah toko Istana Bordir. Toko ini merupakan pusat kerajinan bordir yang memproduksi pakaian wanita dan pria dengan ciri khas berupa aksen bordir pada pakaian. Produk yang ditawarkan meliputi kebaya, mukena, batik, pakaian wanita, baju muslim pria, tas dan lainnya. Butik yang beralamatkan di Jalan Raya Pakis Kembar No.332, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang ini terkenal sebagai wisata belanja sejak tahun 1985. Untuk mempertahankan eksistensinya di tengah perkembangan wisata oleh-oleh pakaian di Malang Raya yang semakin pesat, toko ini mengedepankan kualitas produk yang unggul, variasi harga yang cukup beragam, dan didukung oleh letak toko yang strategis. Diferensiasi yang diciptakan bertujuan agar konsumen lebih tertarik melakukan pembelian produk pakaian di tempat ini dari pada di toko lainnya.

Pada dasarnya konsumen akan membeli suatu barang untuk memenuhi kebutuhannya, sehingga konsumen tidak akan melakukan pembelian terhadap barang yang tidak dibutuhkan (Rahman & Syardiansah, 2021). Penelitian yang dilakukan Suparno & Suwito (2019) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian penelitian tersebut juga serupa dengan hasil penelitian oleh Kusmadeni & Eriyanti (2021) menyatakan kualitas produk berpengaruh namun tidak secara signifikan, maka dengan adanya kesenjangan hasil

penelitian tersebut masih relevan untuk dilakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan beserta nilai signifikansinya.

Selain faktor kualitas, harga merupakan faktor yang digunakan konsumen dalam mempertimbangkan pembelian terhadap produk suatu perusahaan (Ekasari & Putri, 2021). Sebagai dasar untuk menentukan harga perusahaan perlu melakukan monitoring harga yang ditetapkan oleh pesaing hal tersebut agar harga yang ditetapkan tidak terlalu tinggi atau sebaliknya sehingga konsumen tertarik untuk melakukan pembelian (Rahman & Syardiansah, 2021). Dewasa ini konsumen semakin cermat dan kritis dalam mempertimbangkan harga yang dibandingkan dengan produk sejenis milik perusahaan lain. Setelah melakukan perbandingan apabila dirasa harga terlalu tinggi konsumen akan berpikir perusahaan mengambil keuntungan terlalu tinggi, namun jika harga dirasa cenderung terlalu rendah konsumen akan meragukan kualitas produk yang ditawarkan perusahaan (Tholok, 2021).

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Polla (2018), diketahui bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Bertolak belakang dengan hasil tersebut penelitian Ekasari & Putri (2021) menyebutkan lokasi tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Sedangkan Suparno & Suwitho (2018) dan Rofiq & Hufrom (2021) menyatakan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian namun tidak signifikan. Kemudian penelitian oleh Kurniawan (2018) menyebutkan lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Kemunculan *research gap* di atas menjadikan peneliti

ingin melakukan analisis lebih lanjut mengenai pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen.

Objek dari penelitian ini adalah toko Istana Bordir. Objek ini dipilih karena peneliti tertarik terhadap fenomena karakteristik kualitas produk yang dimiliki butik, variasi harga produk, dan lokasi yang pengunjungnya didominasi dari luar Malang. Peneliti juga ingin mengetahui alasan mengapa banyak konsumen dari luar kota banyak yang berkunjung ke toko Istana Bordir, yang membuat konsumen dari luar kota tersebut datang jauh-jauh dari kota ke kabupaten hanya untuk membeli produk di toko Istana Bordir, Peneliti juga ingin mengetahui apakah kualitas produk di toko istana bordir berpengaruh terhadap harga produk.

Produk yang ditawarkan di toko ini merupakan desain dan produksi sendiri. Pakaian bordir diproduksi secara manual yakni dikerjakan langsung oleh pekerja yang terampil di bidangnya. Dalam memastikan hasil bordiran dengan kualitas terbaik toko juga membuat desain dengan mesin berstandar komputerasi sehingga menghasilkan bordir yang rapi. Karena diproduksi sendiri kualitas produk toko ini memiliki ciri khas tersendiri yang tidak ditemukan di tempat lain. Warna yang dipakai untuk produknya cenderung cerah dan mencolok, hal tersebut bertujuan agar koleksi tidak monoton dan terkesan tua. Pemilihan warna produk bordir ini bertujuan untuk menghilangkan anggapan bahwa pakaian bordir adalah busana untuk kalangan usia lanjut, desain bordir dibuat cerah sehingga fleksibel untuk dikenakan oleh semua kalangan. Dengan kualitas yang dimiliki butik ini

dapat menjual ratusan potong kain setiap harinya, dengan kapasitas produksi mencapai rata-rata 300 potong per hari(Sumber Pemilik Toko).

Fenomena menarik yang ditemui peneliti yakni menurut pemilik, toko ini tidak melakukan promosi secara berlebihan, melainkan lebih mengedepankan kualitas dan pelayanan yang maksimal, promosi berjalan melalui *word-of-mouth* atau mulut ke mulut. Kini kualitas produk yang dimiliki mampu menembus pasar Internasional. Menurut pengunjung produk memiliki batik yang khas, daya tahan produk awet, dan memiliki model yang trendi serta tersedia variasi ukuran yang lengkap mulai M sampai XXL (Sumber Pemilik Toko). Penelitian Tholok (2021) menyatakan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian artinya semakin berkualitas suatu produk maka semakin besar kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian. Maka untuk mengetahui apakah kualitas produk Istana Bordir mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli produk, peneliti ingin melakukan analisis mengenai pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk di Istana Bordir.

Harga produk yang ditawarkan toko juga bervariasi mulai dari puluhan ribu hingga jutaan rupiah per-itemnya. Produk di toko ini umumnya berbahan katun dan rayon premium dengan aksen khas batik atau bordiran di setiap itemnya. Berikut disajikan tabel kisaran harga produk yang ditawarkan oleh Istana Bordir.

Tabel 1Daftar Harga Produk di Istana Bordir

No.	Produk	Harga
1	Mukena	Rp. 200.000 -Rp. 500.000
2	Gamis	Rp. 135.000 -Rp. 825.000
3	Tunik	Rp.100.000- Rp. 185.000
4	Piyama	Rp. 75.000- Rp. 185.000
5	Bahan Kebaya Kerawang	Rp. 375.000- Rp.950.000
6	Daster	Rp. 55.000- Rp. 97.000
7	Atasan Batik	Rp. 60.000- Rp. 150.000
8	Baju Koko	Rp. 100.000- Rp. 200.000

Sumber: Diolah Peneliti

Berdasarkan tabel 1 variasi harga yang ditawarkan Istana Bordir mulai dari 50 ribuan sampai dengan 900 ribuan. Sebagian konsumen menyatakan harga yang ditawarkan relatif mahal. Pengunjung lainnya menyatakan harga pas atau masih terjangkau dan bersaing karena sesuai dengan manfaat dan kualitas barang. Menurut Rahman & Syardiansyah (2021) karakteristik konsumen cenderung lebih tertarik terhadap produk yang murah namun memiliki kualitas produk yang baik. Untuk memenuhi kepuasan konsumen toko juga memproduksi kebaya dan mukena bordir *special limited edition* dengan harga mencapai jutaan rupiah. Hal yang menarik adalah tanpa mempertimbangkan harga, berdasarkan testimoni ketika saya menyebar kuisioner terdapat 20 pelanggan toko istana bordir rela mengeluarkan kocek hingga jutaan rupiah untuk mendapatkan produk tersebut. Dengan adanya fenomena tersebut maka penelitian ini akan menganalisis hubungan antara harga yang ditawarkan toko terhadap keputusan konsumen untuk membeli produk di Istana Bordir.

Berdasarkan *gap research* yang ditemui pada penelitian terdahulu serta fenomena yang terjadi pada objek maka perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menganalisis hubungan antara kualitas produk, harga, lokasi dan

keputusan pembelian sehingga memperluas tinjauan teori pada variabel tersebut. Dengan mengambil subjek penelitian yakni konsumen yang melakukan pembelian di Istana bordir akan dilakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Istana Bordir Pakis Malang”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah di atas diperoleh rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang?
2. Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang?
4. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis kualitas pengaruh produk, harga, dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang

1.3.2 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada perusahaan agar dimasa yang akan datang dapat meningkatkan strategi pemasaran perusahaan dan meningkatkan kinerja perusahaan agar konsumen senantiasa menggunakan produk atau jasa yang di tawarkan.

2. Bagi Perkembangan IPTEK

Hasil penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan informasi tentang perkembangan ilmu teknologi yang semakin mengarah ke digitalisasi terutama di bidang manajemen pemasaran yang semakin kompleks, sehingga dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis untuk meningkatkan penjualan produk yang ditawarkan.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi kepada peneliti selanjutnya tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Istana Bordir Pakis Malang. Harapan lain demi terciptanya penelitian baru sebagai lanjutan teori dan referensi dimasa yang akan mendatang.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1.Simpulan

Penelitian ini menggunakan data primer yaitu data yang dicari dan diolah secara langsung oleh peneliti dengan menyebarkan kuisisioner langsung kepada 100 responden konsumen Toko Istana Bordir di Pakis Kabupaten Malang. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu apakah variabel kualitas produk, harga dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Toko Istana Bordir Pakis Malang. Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa:

1. Secara simultan terdapat pengaruh positif signifikan antara variabel kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian di Toko Istana Bordir Pakis Malang.
2. Variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Variabel harga berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Variabel lokasi berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2. Keterbatasan

Terdapat beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, Adapun keterbatasan tersebut adalah:

1. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbatas, yaitu variabel Kualitas produk, variabel Harga, dan variabel Lokasi sebagai variabel bebas sedangkan variabel Keputusan Pembelian sebagai variabel terikat
2. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuisisioner secara langsung kepada konsumen sehingga ada beberapa responden yang mengisi kuisisioner secara asal-asalan.

5.3. Saran

Dari hasil pembahasan penelitian yang telah dilakukan diatas, maka saran yang dapat di berikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

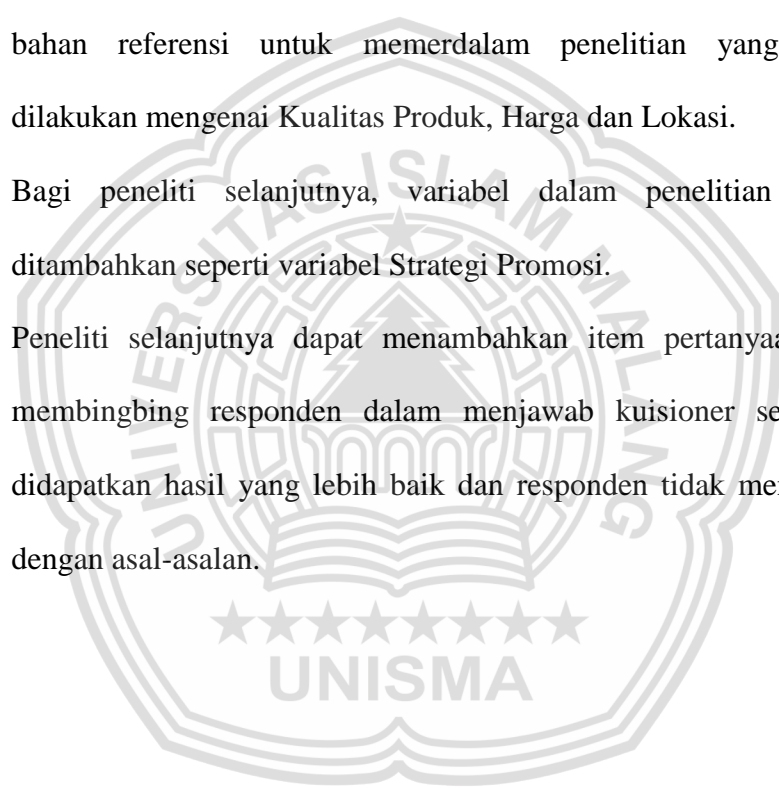
- a. Bagi Toko Istana Bordir Pakis Malang diharapkan dapat meningkatkan Strategi promosi seperti mempromosikan produknya tidak hanya 1 tempat seperti di *Instagram* dan *Whatsapp* tetapi ditambah pada pada Aplikasi Seperti *Shopee* atau *Tokopedia* yang sekarang menjadi toko online terlaris di Indonesia. Pemilik toko juga dapat bekerja sama dengan pedagang di pasar agar produk Toko Istana Bordir lebih dikenal oleh konsumen.
- b. Bagi Toko Istana Bordir Pakis Malang diharapkan dapat menyesuaikan harga sehingga konsumen dapat menginformasikan kepada keluarga atau saudara tentang Toko Istana Bordir dengan

harga yang sesuai dengan batik sehingga konsumen akan kembali melakukan pembelian produk di Toko Istana Bordir.

- c. Bagi Toko Istana Bordir Pakis Malang diharapkan menggunakan tukang parkir karena lokasinya di seberang jalan besar agar konsumen merasa nyaman untuk berbelanja di Toko Istana Bordir.

2. Bagi peneliti selanjutnya

- a. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi untuk memerdalam penelitian yang akan dilakukan mengenai Kualitas Produk, Harga dan Lokasi.
- b. Bagi peneliti selanjutnya, variabel dalam penelitian dapat ditambahkan seperti variabel Strategi Promosi.
- c. Peneliti selanjutnya dapat menambahkan item pertanyaan dan membingbing responden dalam menjawab kuisioner sehingga didapatkan hasil yang lebih baik dan responden tidak menjawab dengan asal-asalan.



DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, V. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Perhiasan emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. JEM17: Jurnal Ekonomi Manajemen*, 4(1)
- Anis, P. (2017). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepercayaan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Busana Melalui Media Sosial Instagram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Iain Surakarta*
- Ansori, P. B. (2020). *Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. Eko dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*, 11(1), 11-19.
- Aprisal, D. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. Journal Of Management*, 5(3),.
- Aulia, Siti (2016). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Depot Pak Qomar Surabaya). Jurnal Pendidikan Tata Niaga*. 4 (3).
- Didin Fatihudin, Dan Nanang Firmansyah, *Pemasaran Jasa Strategi, Mengukur Kepuasan, Dan Loyalitas Konsumen*, (Yogyakarta ; Deepublish, 2019), 177.

- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *iqtishadEQUITY*, 3(2),.
- Frendy. (2011). *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Harnady, F. A.,Kasinem, K., & Armalinda, A. (2021). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada Rumah Mbak Win Lahat*. *Jurnal Manajemen, Ekonomi Sains*, 3(1),.
- Kotler dan Keller. (2012). *Marketing Managemen*. (edisi 14). Global edition: Pearson Education.
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). *Principle Of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan, H. D. (2018). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(4),.
- Kusmadeni, D., & Eriyanti, H. (2021). *Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang*. *Jurnal Manajemen Dan Investasi*, 3(1), .
- Lamidi, H. A. (2015). *Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan*, 15(3), 23487.
- Lestari, A., & Hasibuan, M. Z. (2021). *Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Subsidi Mulia Garden (Studi*

Kasus Perumahan Subsidi Mulia Garden Desa Naga Rejo). Jurnal Mutiara Manajemen, 6(1),.

Lupioyadi. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.

Nugroho, J. Perilaku Konsumen: *Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen* Edisi Ketiga. N.p., Prenada Media, 2019.

Paludi, S., & Juwita, R. (2021). *Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan dan Ekonomi, 18(1),.*

Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). *Analisis pengaruh harga, promosi, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 6(4).*

Rahman, M., & Syardiansah, S. *Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart di Kota Langsa. Jupii: Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial, 13(1),.*

Rofiq, A., & Hufron, M. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Powernoise Store Studi Kasus Pada Konsumen Powernoise Store Malang. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 7(02).*

Rumondor, P. W., Tumbel, A. L., & Ogi, I. W. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Kopi Dan Mie Toronata Di Kawangkoan. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 5(2).*

- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3),.
- Sinambow, S., & Trang, I. (2015). *Pengaruh harga, lokasi, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada Toko Komputer Game Zone Mega Mall Manado. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 3(3).
- Siregar, Syofian. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Schiffman, Leon.G. dan Leslie Lazar Kanuk. (2007). *Perilaku Konsumen. Edisi Ke-7*. Diterjemahkan oleh Zoelkifli Kasip. PT. Indeks, Jakarta.
- Suparno, F. O., & Suwitho, S. (2019). *Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Wisata Semanggi. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(5).
- Tholok, F. W., Janamarta, S., & Wibowo, F. P. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Era Covid 19 (Studi Kasus di PT. Erje London Chemical). eCo-Buss*, 3(2),.
- Wahono, B., & Asiyah, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus PadaToko Prabujaya Malang). Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(08).