

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP
MINAT BELI PADA TOKO DY ELECTRONIC KANGEAN.**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh:

IMAM NUR SIBAWAI

NPM. 21801081004



**UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
JURUSAN MANAJEMEN**

2024

ABSTRAK

Era globalisasi seperti saat ini perkembangan dan pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Jumlah merek dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan utamanya manajer produksi dan pemasaran untuk bisa mengatasi masalah tersebut. Persaingan bisnis yang terjadi pada industri baik jasa ataupun barang termasuk toko DY ELECTRONIC yang mengharuskan harga dan kualitas produknya untuk dapat menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Dikarenakan banyaknya pesaing atau kompetitor yang bergerak dalam bidang penjualan produk elektronik. Menurut (Sugiyono, 2016) mengemukakan metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Desain penelitian berfungsi untuk membantu pelaksanaan penelitian agar dapat berjalan dengan baik. Metode analisis data yang digunakan penulis dalam menganalisis masalah yang ada dengan metode analisis data deskriptif dan kuantitatif, metode ini digunakan untuk mengetahui gambaran dan pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli di toko DY ELEKTRONIC KANGEAN desa arjasa kecamatan arjasa kabupaten sumenep. Penelitian ini dilaksanakan di toko DY ELEKTRONIC KANGEAN desa arjasa kecamatan arjasa kabupaten sumenep Waktu penelitian akan dimulai pada bulan Agustus 2024 sampai dengan September akhir 2024. Teknik Pengumpulan Data Menurut (Sugiyono, 2016), Teknik pengumpulan data adalah ketetapan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Teknik pengumpulan data penelitian dilakukan dengan cara sebagai berikut Berdasarkan hasil penelitian diatas antara harga terhadap minat beli di toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa. Diperoleh thitung 2,342 ttabel 1,984 dan mempunyai angka signifikan sebesar 0,021 0,05 berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan antara harga terhadap minat beli di toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli di toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa. Dari uji ANOVA (Analysis Of Varians) pada tabel di atas didapat Fhitung sebesar 10,000 sedangkan Ftabel diketahui sebesar 3,09. Berdasarkan hasil tersebut dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar 0,000 0,05 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli di toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa. Kualitas produk sangat memengaruhi keputusan pembelian, untuk itu toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa agar memberikan perhatian yang lebih menarik membangun kesadaran konsumen agar dapat menarik minat beli pada produk yang ditawarkan dan memberikan penawaran pada keunggulan produk yang tidak ada atau belum ada. Dan memberikan kesan bahwa produk toko DY ELECTRONIC KANGEAN lebih unggul.

Keyword : Pengaruh, Kualitas Produk Dan Harga

ABSTRACT

In the current era of globalization, the development and growth of diverse businesses is occurring everywhere. The sheer number of brands and products has made market competition increasingly fierce. Every consumer has a wide variety of products or brands to choose from, tailored to their individual needs. This presents a challenge for companies, particularly production and marketing managers, to address these challenges. Business competition in both the service and goods industries, including the DY ELECTRONIC store, requires product prices and quality to meet consumer desires. This is due to the large number of competitors in the electronics sales sector. According to (Sugiyono, 2016), a research method is a scientific way to obtain data for specific purposes and uses. Research design serves to facilitate the successful implementation of the research. The author used descriptive and quantitative data analysis methods to analyze the existing problem. These methods were used to determine the overview and influence of product quality and price on purchasing interest at the DY ELECTRONIC KANGEAN store, Arjasa Village, Arjasa District, Sumenep Regency. This research was conducted at the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa village, Arjasa sub-district, Sumenep district. The research period will start in August 2024 until the end of September 2024. Data Collection Techniques According to (Sugiyono, 2016), data collection techniques are the determination of the methods used to collect data that can be done in various settings, various sources, and various ways. The research data collection technique was carried out in the following manner. Based on the results of the above research between prices and purchasing interest at the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa village, Arjasa sub-district. Obtained t count 2.342 t table 1.984 and has a significant number of 0.021 0.05 means H_0 is rejected and H_a is accepted which shows that partially there is a significant influence between prices and purchasing interest at the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa village, Arjasa sub-district. Based on the results of the research obtained regarding the influence of product quality and price on purchase intention at the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa Village, Arjasa District. The ANOVA (Analysis of Variance) test in the table above yields an F-value of 10,000, while the F-value is 3.09. These results indicate a significance level of 0.000 ± 0.05 , thus rejecting H_0 and accepting H_a . Therefore, it can be concluded that product quality and price have a positive and significant effect on purchase intention at the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa Village, Arjasa District. Product quality significantly influences purchasing decisions. Therefore, the DY ELECTRONIC KANGEAN store in Arjasa Village, Arjasa District should pay more attention to building consumer awareness to attract purchase interest in the products offered and provide offers on product advantages that are not yet available. This will create the impression that the DY ELECTRONIC KANGEAN store's products are superior.

Keywords: Influence, Product Quality, and Price

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Di era globalisasi seperti saat ini, perkembangan bisnis terjadi dengan pesat. Pertumbuhan beragam bisnis terjadi di mana-mana. Jumlah merek dan produk yang beraneka ragam menjadikan persaingan pasar semakin ketat. Setiap konsumen memiliki banyak ragam pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Ketatnya persaingan membuat setiap pelaku bisnis dituntut untuk mengeluarkan segala kemampuan yang mereka miliki agar dapat bersaing di pasar. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada dengan jenis usaha yang sama membuat setiap perusahaan semakin dituntut untuk bergerak lebih cepat dalam menarik konsumen. Hal ini menjadi sebuah tantangan bagi perusahaan utamanya manajer produksi dan pemasaran untuk bisa mengatasi masalah tersebut. Agar masyarakat mengerti akan suatu produk sebaiknya manajer produksi ataupun pemasaran mampu memasarkan dan mengerti seperti apa keinginan masyarakat.

Pada dasarnya, setiap perusahaan memiliki strategi pemasaran dalam berbisnis yang berbeda-beda, baik itu perusahaan berskala besar maupun berskala kecil. Perusahaan harus selalu berusaha semaksimal mungkin untuk meningkatkan kualitas kinerjanya agar tetap dapat bertahan dalam dunia bisnis. Di masa sulit seperti saat ini, perusahaan harus pandai dalam memilih strategi pemasaran mana yang efektif guna untuk mengidentifikasi apakah perusahaan harus mengembangkan, mempertahankan, atau menarik diri dari pasar.

Kualitas produk merupakan salah satu komponen penting dalam menciptakan maupun mempertimbangkan strategi dalam suatu perusahaan, apabila kualitas produk yang dihasilkan bagus maka akan menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen dalam menentukan pilihan

untuk membeli suatu produk, sebaliknya jika kualitas produk buruk atau tidak sesuai dengan harapan, maka konsumen akan beralih pembeliannya pada produk yang sejenis lainnya. Untuk mencapai kualitas produk yang diharapkan maka diperlukan suatu standarisasi kualitas, cara ini bertujuan untuk menjaga produk yang dihasilkan mampu memenuhi standar yang telah ditetapkan sehingga tepat pada segmentasi pasar yang dituju. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas jika produk tersebut memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli (Arianty, 2015).

Persaingan bisnis yang terjadi pada industri baik jasa ataupun barang termasuk toko DY ELECTRONIC yang mengharuskan harga dan kualitas produknya untuk dapat menyesuaikan dengan keinginan konsumen. Dikarenakan banyaknya pesaing atau kompetitor yang bergerak dalam bidang penjualan produk elektronik.

Persaingan bisnis yang semakin ketat tersebut membuat para pelaku bisnis mulai berlomba-lomba untuk mengungguli pesaingnya dengan berbagai cara, mulai dari menawarkan produk dengan kualitas terbaik, pelayanan tercepat, variasi produk yang sangat banyak hingga melakukan berbagai promosi dan memberikan penawaran menarik. Keberhasilan suatu perusahaan ditentukan melalui bagaimana perusahaan tersebut melakukan strategi pemasaran dalam peningkatan penjualannya. Strategi pemasaran yang sering mempengaruhi yaitu semakin baik produk dan pelayanan yang diberikan sehingga membawa dampak kepuasan konsumen dan kepercayaan produk tersebut bertambah (Ristiani, 2019). Beberapa strategi ini tidak akan dapat maksimal apabila pelaku usaha tidak mengetahui secara detail apa yang sebenarnya diinginkan oleh konsumen mereka. Berdasarkan hal itu, sangat penting untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Peluang dan tantangan yang ada dalam situasi dan kondisi pasar yang dihadapi, membuat perusahaan menyiapkan berbagai strategi pemasaran guna untuk meningkatkan jumlah penjualan. Dalam mencapai suatu tujuan perusahaan untuk dapat memiliki penjualan yang selalu meningkat tentu saja ada beberapa hal yang harus diperhatikan dan dipertahankan kualitasnya yaitu harga dan kualitas produk. Menurut (Philip Kotler) “Strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana didalam terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Harga merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan penjualan. Harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas yang diciptakan sehingga konsumen merasa bahwa harga yang dibayarnya sesuai dengan kualitas yang diterima olehnya. Sulitnya dalam menetapkan harga yang cocok untuk pasar adalah pasar ingin harga yang murah dengan kualitas yang baik. (Kotler & Armstrong 2010, 314) mengemukakan bahwa “Harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut”

Harga jual pada dasarnya ialah tawaran kepada para konsumen yang di tuju. Apabila konsumen menerima harga yang ditawarkan maka produk itu akan laku, sebaliknya jika konsumen menolaknya maka akan dilakukan peninjauan kembali harga jualnya. Dengan demikian diperlukannya penetapan harga yang tepat, penetapan harga sangat penting guna menarik perhatian konsumen. Harga yang tepat ialah harga yang sepadan dengan kualitas produk suatu barang. Para pemasar berusaha keras untuk mencapai target tertentu melalui komponen- komponen penetapan harga (Kotler & Keller, 2012).

Keputusan pembelian merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan, karena seluruh strategi yang telah dipersiapkan akan berakhir kepada keputusan pembelian

para konsumen. Selain itu, keputusan pembelian termasuk suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian dijadikan acuan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang tepat. Faktor yang perlu diperhatikan dalam melakukan pemasaran produk yang akan dijual salah satunya dengan mengetahui kebutuhan konsumen, selera dan keinginan dari para konsumen. Pemahaman yang mendalam terhadap konsumen akan memungkinkan pemasar untuk mampu mempengaruhi proses keputusan konsumen, sehingga mau membeli apa yang ditawarkan (Kotler & Keller, 2012).

Oleh karena itu dari pengamatan yang kami lakukan ketika berada di kangean. Banyak sekali temuan yang kami dapatkan salah satunya adalah banyaknya kompetitor yang menjual produk yang sama, hanya saja di toko DY ELECTRONIC tersebut lebih murah dan kualitasnya lebih bagus.

Selain harga, kualitas produk juga merupakan faktor yang penting dalam meningkatkan penjualan. Suatu produk dapat dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan pelanggan. Hal ini mengharuskan perusahaan sebagai produsen untuk dapat mengetahui keinginan dan kebutuhan para konsumennya sehingga produk yang dihasilkan dapat tersampaikan dengan tepat. Kualitas produk meliputi bahan baku, spesifikasi produk, dan bagaimana penjelasan mengenai produk tersebut. (Handoko 2002, 23) mendefinisikan bahwa “Kualitas produk adalah suatu kondisi dari sebuah barang berdasarkan pada penilaian atas kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Semakin sesuai standar yang ditetapkan maka akan dinilai produk tersebut semakin berkualitas”.

Berdasarkan latar belakang di atas dalam rangka menyusun skripsi, penulis tertarik untuk mengambil judul yaitu **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko DY ELECTRONIC KANGEAN”**.

Rumusan Masalah

Menurut (Sugiyono, 2016), "Rumusan masalah merupakan kalimat pertanyaan yang akan dicari jawabannya melalui pengumpulan data, dimana peneliti menggunakan berbagai teori untuk menjawabnya yaitu dengan menggunakan peneliti kuantitatif". Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk pada toko DY ELECTRONIC berpengaruh terhadap minat beli.?
2. Apakah harga pada toko DY ELECTRONIC berpengaruh terhadap minat beli.?
3. Apakah kualitas produk dan harga pada toko DY ELECTRONIC berpengaruh terhadap minat beli.?

Tujuan Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2016), "Tujuan penelitian adalah untuk menemukan, mengembangkan, dan membuktikan pengetahuan. Sedangkan secara khusus tujuan penelitian kuantitatif adalah untuk menemukan". Adapun yang menjadi tujuan penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap minat beli.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat beli.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli.

Manfaat Penelitian

Adapun beberapa manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian ini adalah penulis dapat memberikan masukan ilmu pengetahuan serta mengembangkan teori bagi dunia akademisi khususnya dalam bidang pemasaran. Dimana mengenai pembelajaran tentang keputusan pembelian yang

dilakukan seorang konsumen maupun calon konsumen serta mendiskusikan mengenai pentingnya strategi pemasaran bagi para pelaku usaha.

2) Manfaat Praktis.

- a. Manfaat bagi wirausahawan adalah hasil penelitian ini dapat di jadikan acuan bagi strategi yang bagus dan baik dalam melakukan pemasaran.
- b. Manfaat bagi penulisa adalah agar penulis dapat memberikan masukan dan dapat membandingkan teori dangan keadaan yang sebenarnya serta menambah dan memperdalam wawasan tentang ilmu manajemen pada fungsi pemasaran yang telah diperoleh selama kuliah.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli di toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa,

1. Secara simultan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa.
2. Secara parsial harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa.
3. Secara parsial kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Berdasarkan pengalaman peneliti dalam proses penelitian ini, ada beberapa keterbatasan yang dapat menjadi faktor untuk lebih diperhatikan bagi penelitian yang akan datang guna menyempurnakan penelitiannya karena penelitian ini tentu memiliki kekurangan yang perlu terus diperbaiki dalam penelitian-penelitian kedepannya. Beberapa keterbatasan dalam penelitian tersebut, antara lain :

1. Keterbatasan waktu dan pengetahuan dari penulis sehingga sampel yang diteliti pada penelitian ini hanya 100 konsumen pada toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa.

2. Dalam faktor mempengaruhi minat beli hanya menggunakan faktor kualitas produk dan harga sedangkan masih banyak faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli.
3. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.

5.3 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam hal ini penulis dapat menyarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Dari hasil penelitian kualitas produk sangat mempengaruhi keputusan pembelian, untuk itu toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa agar memberikan perhatian yang lebih lagi dalam membangun kesadaran konsumen agar dapat menarik minat beli pada produk yang ditawarkan dan memberikan penawaran pada keunggulan produk yang tidak ada atau belum ada. Dan memberikan kesan bahwa produk toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa memiliki kualitas yang terbaik dibanding dengan produk lainnya.
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli mahasiswa. Toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa harus bisa lebih lagi memberi perhatian pada harga produk yang dijualnya, karena variabel harga ini memiliki potensi yang besar untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Harga yang terlalu tinggi akan menjadikan konsumen berfikir dan membandingkan dengan produk pesaing.

3. Kepada Pimpinan toko DY ELECTRONIC KANGEAN di desa arjasa kecamatan arjasa, disarankan agar kiranya dapat lebih meningkatkan fungsi-fungsi kualitas produk dan menjaga serta memperhatikan harga, agar dapat lebih meningkatkan minat beli konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, T., & Tantri, F. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Aditi, B., & Hermansyur. (2018). Pengaruh Atribut Produk dan Promosi, Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Merek Honda di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 19(1), 64–72.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Arianty, N. (2018). Effect Of Ads And Quality Of Products On Decision Of Purchasing Frisian Flag Product In Medan City. *International Conference On Global Education VI*, 1121-1130.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Arif, M. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Fastfood Indonesia Store KFC Raja Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 12–19.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian; Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 14–23.
- Daulay, R., & Saputra, R. (2019). Analysis Of Customer Relationship Management And Marketing Strategies Against Competitive Advantage On The Company's Distributor In Medan City. *ICEMAB 2018*, 1–9.
- Fahmi, M. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 65– 72.
- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Prosiding: The National Conferences Management and Business (NCMAB) 2018* (pp. 689–705).
- Ferdinand, A. (2012). *Pengembangan Minat Beli Merek Ekstensi*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Surabaya: Deepublish.
- Fure, H. (2013). Lokasi, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3), 273–283.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Fahmi, M. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 171–180.

- Gultom, R. M., Budiarto, B., & Utami, H. H. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 20(2), 81–94.
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 30–43.
- Kotler, P. (2013). *Manajemen Pemasaran* (10th ed.). Jakarta: Erlangga. Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: PT. Index.
- Limakrisna, N., & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Aplikasi Dalam Bisnis*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 16(2), 1–11.
- Lupiyoadi., & Hamdani. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(2), 7–20.
- Nasution, M. I., Fahmi, M., Jufrizen, J., Muslih, M., & Prayogi, M. A. (2020). The Quality of Small and Medium Enterprises Performance Using the Structural Equation Model-Part Least Square (SEM-PLS). *Journal of Physics: Conference Series*, 1477(2020), 1–7.
- Nasution, M. F. R., & Yasin, H. (2014). Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Minat Beli Perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2), 135–142.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Era Media Sosial*. Bandung: Pustaka Setia.
- Purnama, N. I., & Rialdy, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 174–181.
- Savitri, C., & Flora, P. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. XXX. *Buana Ilmu*, 4(2), 7– 11.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2007). *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiani, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Yang Berdampak Pada Loyalitas Pelanggan Produk Hydro Coco PT. Kalbe Farma. *Jurnal Pendidikan, Hukum, dan Bisnis*, 2(1), 67– 80.

- Ta'arufi, U., & Yamit, Z. (2017). Pengaruh Kualitas Sistem, Informasi, Pelayanan Rail Ticketing System (Rts) Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PT.Kereta Api Indonesia Daop 6 Yogyakarta Jurnal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 379–394.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2016). *Pemasaran Strategik* (2nd ed.). Yogyakarta: Andi.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 31–47.

