

# ANALISIS HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN (STUDI KASUS PADA GROSIR FERRY DI PASIR PENGARAIAN)

Vevu Lestari Putri. Gulo<sup>1</sup>; Heffi Christya Rahayu<sup>2</sup>; Ratna Dewi<sup>3</sup>

Universitas Pasir Pengaraian, Rokan Hulu, Riau  
Jln. Tuanku Tambusai Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, Riau 28558  
E-mail : [vglstrrr@gmail.com](mailto:vglstrrr@gmail.com) (Korespondensi)

Submit: 9 Maret 2026

Review: 9 Maret 2026

Publish: 26 Maret 2026

\*) Korespondensi

**Abstract:** This study aims to analyze the influence of price and product quality on consumer purchasing interest at Grosir Ferry in Pasir Pengaraian. Increasing competition in the grocery retail sector requires businesses to set competitive prices and maintain product quality to attract consumers. This research applied a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 97 consumers of Grosir Ferry selected as respondents. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using multiple linear regression with the assistance of SPSS. The data analysis included validity and reliability tests, classical assumption tests, coefficient of determination, and hypothesis testing both partially and simultaneously. The results indicate that price has a significant influence on consumer purchasing interest, and product quality also significantly affects purchasing interest. Furthermore, price and product quality simultaneously influence consumer purchasing interest. These findings suggest that appropriate pricing strategies and consistent product quality can enhance consumer interest in purchasing at Grosir Ferry in Pasir Pengaraian.

**Keywords:** *Price, Product Quality, Consumer Purchase Interest*

Beberapa dekade terakhir, sektor perdagangan di Indonesia, terutama pada industri ritel bahan kebutuhan sehari-hari telah mengalami perkembangan yang sangat pesat, peningkatan ini disebabkan oleh meningkatnya kestabilan ekonomi masyarakat dan pertumbuhan jumlah penduduk yang terus bertambah. Menurut informasi yang diperoleh dari Biro Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2022, sektor perdagangan menyumbang sekitar 14% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara, yang menandakan bahwa industri ini memiliki peranan yang krusial dalam perekonomian Indonesia (Cattleyana dkk., 2023). Namun, seiring dengan perkembangan yang cepat ini, terdapat pula tantangan yang harus dihadapi oleh setiap pelaku bisnis, terutama terkait dengan persaingan yang semakin sengit dan beragamnya alternatif yang ada untuk konsumen.

Kegiatan perdagangan merupakan salah satu pilar utama dalam sistem perekonomian karena berfungsi sebagai

proses distribusi yang menghubungkan produsen dan konsumen melalui pertukaran barang dan jasa. Perdagangan modern tidak hanya berfokus pada aktivitas jual beli, tetapi juga mencakup aspek manajemen rantai pasok, efisiensi distribusi, serta kemudahan akses bagi konsumen terhadap produk yang dibutuhkan.

Di Pasir Pengaraian, desa Rambah Tengah Utara persaingan antar grosir bahan pokok semakin menonjol terutama dalam aspek harga dan kualitas produk. Para pemilik grosir berusaha menarik perhatian konsumen dengan menawarkan harga yang kompetitif, seperti memberikan potongan harga, promosi musiman, serta diskon pembelian dalam jumlah besar.

**Tabel 1.1 Perbedaan harga produk di Grosir Ferry dan Minimarket**

Jenis produk	Grosir Ferry	Minimarket
Sabun mandi	Rp. 15.000	Rp. 18.000
Sampo rambut	Rp. 10.000	Rp. 12.000
Pasta gigi	Rp. 5.000	Rp. 7.000
Detergen	Rp. 7.000	Rp. 10.000
Minyak Goreng	Rp. 18.000	Rp. 21.000
Mie instan	Rp. 4.000	Rp. 5.000

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat bahwa terdapat perbedaan harga produk di Grosir Ferry Pasir Pengaraian dengan Minimarket. Dari tabel tersebut dapat dinyatakan bahwa harga produk di Grosir Ferry Pasir Pengaraian lebih murah di banding dengan harga produk yang ada di minimarket. Hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti, terdapat lebih banyak konsumen yang minat terhadap Grosir Ferry Pasir Pengaraian.

Hasil awal wawancara menunjukkan bahwa pemilik menempatkan kualitas barang sebagai aspek utama dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pemilik secara rutin memastikan seluruh produk yang dijual berada dalam kondisi aman untuk dikonsumsi dengan cara memisahkan barang yang mendekati masa kedaluwarsa serta menempatkan produk yang tidak layak jual di lokasi khusus guna mencegah kerugian dan menjaga reputasi usaha. Selain itu, pengorganisasian ulang persediaan dilakukan secara rutin supaya kualitas barang di rak tetap terjaga dan menarik bagi para konsumen.

Fenomena yang terjadi di Grosir Ferry menunjukkan adanya beberapa permasalahan yang berkaitan dengan harga, kualitas produk, dan minat beli konsumen. Ditinjau dari aspek harga, stabilitas harga produk di Grosir Ferry belum sepenuhnya terjaga, yang tercermin dari adanya perubahan harga pada beberapa jenis barang dalam periode tertentu. Berdasarkan aspek kualitas produk, pengawasan terhadap produk masih belum berjalan secara optimal, sehingga tidak seluruh barang dapat diperiksa secara rutin oleh pihak pengelola.

Kotler dan Keller (2009) menyatakan bahwa perilaku konsumen (*Theory of Customer Behavior*) adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok, dan organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan bagaimana barang, jasa, ide, atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka. Perilaku konsumen berfokus pada bagaimana individu membuat keputusan tentang

bagaimana menggunakan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) pada barang-barang yang berhubungan dengan konsumen.

Menurut Kotler dan Keller (2009), Ruang lingkup perilaku konsumen adalah studi untuk memahami bagaimana konsumen benar-benar membuat keputusan pembelian, pemasar harus mengidentifikasi siapa yang mengambil keputusan dan mempunyai masukan dalam keputusan pembelian yaitu orang bisa menjadi pemicu, pihak yang mempengaruhi, pengambil keputusan, pembeli, atau pengguna.

Berdasarkan teori perilaku konsumen, keputusan seseorang dalam membeli produk dipengaruhi oleh bagaimana mereka menilai manfaat, kualitas, dan nilai yang akan diperoleh. Situasi pembelian di Grosir Ferry, konsumen akan membandingkan harga dan kualitas produk sebelum menentukan apakah toko tersebut layak dipilih sebagai tempat berbelanja.

Menurut Mirella dkk., (2022) terdapat beberapa faktor yang umumnya mempengaruhi keputusan penentuan harga, diantaranya:

1. Permintaan produk memperkirakan permintaan total terhadap produk artinya langkah yang krusial pada penetapan harga sebuah produk. ada 2 langkah yg bisa dilakukan dalam perkiraan permintaan produk, yaitu memilih apakah terdapat harga tertentu yang diperlukan oleh pasar serta perkiraan volume penjualan atas dasar harga yang berbeda beda.
2. Target pangsa pasar Perusahaan yang berupaya menaikkan luas pasarnya bisa memutuskan harga dengan lebih proaktif menggunakan harga yang lebih rendah dibandingkan perusahaan lain yang hanya ingin mempertahankan pangsa pasarnya. Pangsa pasar ditentukan oleh kapasitas produksi perusahaan serta lebih mudah untuk masuk pada persaingan pasar.

3. Reaksi adanya persaingan persaingan baik yang sudah ada maupun yang masih potensial, artinya faktor yang memiliki pengaruh penting dalam menentukan harga dasar suatu produk. Persaingan umumnya ditentukan oleh adanya produk serupa, produk pengganti atau substitusi, serta adanya produk yang tidak serupa namun mencari konsumen atau pangsa pasar yang sama.

## METODE

Penelitian ini dilakukan di Grosir Ferry yang berlokasi di Pasir Pengaraian, Kabupaten Rokan Hulu. Objek penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Grosir Ferry. Ruang lingkup penelitian difokuskan pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di grosir tersebut. Penelitian ini hanya mempertimbangkan persepsi konsumen yang telah melakukan transaksi, tanpa membahas faktor lain seperti lokasi, promosi, atau strategi pemasaran. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan melibatkan variabel harga ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan minat beli konsumen ( $Y$ ).

## HASIL

Grosir Ferry merupakan salah satu usaha ritel sembako yang berlokasi di Pasir Pengaraian, Kabupaten Rokan Hulu. Usaha ini didirikan pada tahun 2020 oleh Bapak Dasman sebagai pemilik sekaligus pengelola utama. Pendirian Grosir Ferry dilatarbelakangi oleh tingginya kebutuhan masyarakat akan bahan pokok dengan harga yang terjangkau serta kualitas produk yang layak dan aman untuk dikonsumsi.

Pada awal berdirinya, Grosir Ferry hanya menyediakan beberapa jenis kebutuhan pokok dengan skala usaha yang masih terbatas. Namun, seiring berjalannya waktu dan meningkatnya kepercayaan konsumen, Grosir Ferry terus melakukan pengembangan usaha baik dari sisi kelengkapan produk, pengelolaan persediaan, maupun pelayanan kepada pelanggan. Komitmen pemilik dalam menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang bersaing menjadi salah satu faktor

utama yang mendorong pertumbuhan usaha ini.

Hingga saat ini, Grosir Ferry telah berkembang menjadi salah satu pilihan utama masyarakat Pasir Pengaraian dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Dengan berpegang pada prinsip kejujuran, kualitas, dan kepuasan konsumen, Grosir Ferry terus berupaya mempertahankan eksistensinya di tengah persaingan usaha ritel yang semakin ketat.

**Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ )**

Variabel	Pernyataan	Nilai $R_{hitung}$	Nilai $R_{tabel}$	Signifikan	Keterangan
Harga	X1.1	0,825	0,168	0,000	Valid
	X1.2	0,878	0,168	0,000	Valid
	X1.3	0,878	0,168	0,000	Valid
	X1.4	0,862	0,168	0,000	Valid
	X1.5	0,816	0,168	0,000	Valid
	X1.6	0,828	0,168	0,000	Valid
	X1.7	0,884	0,168	0,000	Valid
	X1.8	0,846	0,168	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Berdasarkan Tabel 4.4, terbukti bahwa nilai Hitungan yang dihitung melebihi nilai  $R_{tabel}$ , khususnya di mana derajat kebebasan ( $df$ ) dihitung sebagai  $N-2$ , menghasilkan  $97 - 2 = 95$ , dengan  $R_{tabel}$  menjadi 0,168.

**Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk ( $X_2$ )**

Variabel	Pernyataan	Nilai $R_{hitung}$	Nilai $R_{tabel}$	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk	X2.1	0,844	0,168	0,000	Valid
	X2.2	0,911	0,168	0,000	Valid
	X2.3	0,841	0,168	0,000	Valid
	X2.4	0,819	0,168	0,000	Valid
	X2.5	0,782	0,168	0,000	Valid
	X2.6	0,883	0,168	0,000	Valid
	X2.7	0,850	0,168	0,000	Valid
	X2.8	0,904	0,168	0,000	Valid
	X2.9	0,861	0,168	0,000	Valid
	X2.10	0,862	0,168	0,000	Valid
	X2.11	0,884	0,168	0,000	Valid
	X2.12	0,896	0,168	0,000	Valid
	X2.13	0,878	0,168	0,000	Valid
	X2.14	0,847	0,168	0,000	Valid
	X2.15	0,893	0,168	0,000	Valid
	X2.16	0,844	0,168	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Dengan derajat kebebasan  $df = N-2 = 97 - 2 = 95$  dan nilai pembandingan yang sesuai  $R_{tabel} = 0,168$ , dapat disimpulkan bahwa nilai Hitungan yang dihitung melebihi  $R_{tabel}$ , sebagaimana dibuktikan pada tabel 4.5. Ini menunjukkan bahwa semua pernyataan yang tercakup dalam variabel kualitas produk memang valid.

**Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Minat Beli ( $Y$ )**

Variabel	Pernyataan	Nilai $R_{hitung}$	Nilai $R_{tabel}$	Signifikan	Keterangan
Minat Beli	Y1.1	0,865	0,168	0,000	Valid
	Y1.2	0,878	0,168	0,000	Valid
	Y1.3	0,932	0,168	0,000	Valid

Y1.4	0,878	0,168	0,000	Valid
Y1.5	0,891	0,168	0,000	Valid
Y1.6	0,892	0,168	0,000	Valid
Y1.7	0,879	0,168	0,000	Valid
Y1.8	0,853	0,168	0,000	Valid

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Tabel 4.7 menyatkan bahwa hasil perhitungan Rhitung lebih besar dari  $R_{tabel}$  yaitu  $df = N-2 = 97 - 2 = 95$   $R_{tabel} = 0,168$ . Sehingga dapat dinyatakan seluruh item pernyataan yang terdapat dalam kuesioner variabel Minat Beli dinyatakan valid.

**Tabel 4.7 Uji Reliabilitas**

Variabel	Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,946	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,775	Reliabel
Minat Beli (Y)	0,960	Reliabel

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Hasil yang diperoleh dari penilaian reliabilitas menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) menghasilkan koefisien *Alpha Cronbach* melebihi 0,6, khususnya 0,946; akibatnya, dapat dinyatakan bahwa variabel X1 dalam penyelidikan ini menunjukkan reliabel. Selanjutnya, hasil penilaian reliabilitas mengungkapkan bahwa variabel Kualitas Produk (X2) juga menghasilkan koefisien *Alpha Cronbach* melebihi 0,6, yaitu 0,775.

**Tabel 4.13 Hasil Regresi Linear**

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	14.937	3.980		3.753	.000
X1	.222	.218	.283	2.889	.002
X2	.295	.086	.334	3.444	.001

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dilihat nilai konstanta (nilai  $\alpha$ ) 14.937 dan untuk X1 (nilai  $\beta$ ) sebesar 0.222 sementara X2 (nilai  $\beta$ ) sebesar 0.295. sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 14.937 + 0.222X_1 + 0.295X_2 + e$$

**Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien R<sup>2</sup>**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 <sup>a</sup>	.705	.700	4.258

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Dari analisis pada Tabel tersebut, diperoleh hasil adjusted R<sup>2</sup> (koefisien determinasi) sebesar 0,700. artinya bahwa

70.0% variabel Minat Beli akan dipengaruhi oleh variabel bebasnya, yaitu Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2).

**Tabel 4.16 Hasil Uji F**

ANOVA <sup>b</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.489	2	105.745	10.250	.000 <sup>a</sup>
	Residual	969.789	94	10.317		
	Total	1181.278	96			

Sumber : Data Olahan SPSS 21, 2026

Berdasarkan Tabel 4.16 didapatkan Fhitung sebesar 10.250 dengan tingkat signifikan 0.000. Karena Fhitung > Ftabel (10.250 > 4.84) dengan tingkat signifikan 0.000 < 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y).

**PEMBAHASAN**

**Pengaruh Harga terhadap Minat Beli Konsumen**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian. Hal ini terlihat dari nilai koefisien regresi sebesar 0,222 dengan tingkat signifikansi 0,002 (<0,05) yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen. Artinya, semakin terjangkau dan kompetitif harga yang ditawarkan oleh Grosir Ferry, maka semakin tinggi pula minat konsumen untuk melakukan pembelian.

Harga merupakan salah satu faktor penting yang menjadi pertimbangan konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen cenderung membandingkan harga antar toko sebelum memutuskan tempat berbelanja. Harga yang sesuai dengan kemampuan konsumen serta sebanding dengan manfaat yang diterima akan meningkatkan ketertarikan konsumen untuk membeli produk. Hal ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller yang menyatakan bahwa harga merupakan nilai yang harus dibayar konsumen untuk memperoleh manfaat dari suatu produk.

### **Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen**

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,295 dan tingkat signifikansi 0,001 ( $<0,05$ ). Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry.

Kualitas produk merupakan faktor yang sangat penting dalam menciptakan kepercayaan konsumen. Produk yang memiliki kualitas baik, aman dikonsumsi, tidak mendekati masa kedaluwarsa, serta memiliki kondisi fisik yang baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap toko tersebut. Konsumen cenderung memiliki minat yang lebih tinggi untuk membeli produk di tempat yang mampu menjaga kualitas barang yang dijual.

### **Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen**

Berdasarkan hasil uji simultan (uji F), diperoleh nilai Fhitung sebesar 10,250 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $<0,05$ ). Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian.

Selain itu, nilai Adjusted R Square sebesar 0,700 menunjukkan bahwa sebesar 70% variasi minat beli konsumen dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini, seperti lokasi toko, promosi, pelayanan, maupun kenyamanan tempat berbelanja.

Temuan ini menunjukkan bahwa kombinasi antara harga yang kompetitif dan kualitas produk yang terjaga mampu menciptakan persepsi nilai yang positif di mata konsumen. Ketika konsumen merasa bahwa harga yang dibayar sesuai dengan kualitas produk yang diterima, maka minat untuk melakukan pembelian akan meningkat.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian. Hal ini menunjukkan bahwa keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, daya saing harga, serta kesesuaian harga dengan manfaat yang diterima konsumen mampu mendorong ketertarikan konsumen untuk melakukan pembelian.
2. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian. Kinerja produk, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, keandalan, serta kualitas yang dipersepsikan konsumen terbukti menjadi faktor penting dalam membentuk kepercayaan dan minat konsumen untuk membeli produk di Grosir Ferry.
3. Harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Grosir Ferry di Pasir Pengaraian. Kombinasi antara penetapan harga yang sesuai dan kualitas produk yang terjaga mampu menciptakan persepsi nilai yang positif di mata konsumen, sehingga meningkatkan minat beli secara keseluruhan.

### **DAFTAR RUJUKAN**

- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh viral marketing Shopee

- affiliate, kualitas produk, dan harga terhadap minat beli konsumen Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 228–241.
- Arif, M. (2020). Product Quality, Influence of Price and E-Commerce on People'S Buying Interest on Umkm. *International Proceeding of Law and Economic*, 12(15), 104–111. <https://journal.pancabudi.ac.id/index.php/iple/article/view/3912%0Ahttps://journal.pancabudi.ac.id/index.php/iple/article/download/3912/3625>
- Arif, M. (2020). Product quality, influence of price and e-commerce on people's buying interest on UMKM. *International Proceeding of Law and Economic*, 12(15), 104–111.
- Auliya, Z., Meidea, I., Dewi, R. S., & Prabawani, B. (2024). Brand switching melalui ketidakpuasan konsumen sebagai ( studi pada brand switching laptop merek asus ke merek lain di kota semarang ) Pendahuluan Kerangka Konseptual. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 13(1), 186–198.
- Azrullah, M. (2024). Pengaruh Keselamatan Kerja, Kesehatan Kerja Dan Tunjangan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Ud. Porong Jaya Bangil). *Jurnal Transparan*, VOL 16 NO(1), 1–91.
- Azrullah, M. M., & Suriyok, K. (2022). Pengaruh Harga, Produk Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pelanggan (Studi pada UKM Chicken Shilin Kampung Yadika Bangil). *Jurnal Ilmiah Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 10(1), 1–6.
- Babirik, Sungai, H., Kasus, S., & Bapak, P. (2022). *Inovatif*, Vol. 4, No.1, Agustus 2022 ISSN: 2685-855X. 4(1), 45–54.
- Cattleyana, D., Asyriana, S., & Annisa, T. (2023). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen dalam memilih produk kecantikan Y.O.U pada Toko Sinar Kencana Cosmetics Banyuwangi. *Artha Satya Dharma*, 16(1), 39–46.
- Cattleyana, D., Asyriana, S., & Annisa, T. (2023). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Memilih Produk Kecantikan “Y.O.U” Pada Toko Sinar Kencana Cosmetics Banyuwangi. *Artha Satya Dharma*, 16(1), 39–46. <https://doi.org/10.55822/asd.v16i1.282>
- Damanik, O. P., Kemala E, & Sipayung Z, T. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Pada Live Streaming Aplikasi tiktok terhadap pengaruh live streaming shopping dan online customer review terhadap keputusan pembelian pada pengguna shopee (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Kadiri) *Manajemen: Jurnal Ekonomi*, 5(2), 90–104.
- Dhewy, R. C. (2022). Pelatihan Analisis Data Kuantitatif Untuk Penulisan Karya Ilmiah Mahasiswa. *J-ABDI: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(03), 4577.
- Donna Karina, G. (2024). Analisis Pendekatan Teori Keadilan John Rawls Dan Teori Utilitarianisme Jeremy Benthan Terhadap Konsep Pemenuhan Hak Korban Menurut Presfektif Viktimologi. *Journal of Indonesian Comparative of Syari'ah Law*, 6(2), 259–276. <https://doi.org/10.21111/jicel.v6i2.1194>
- Dwi Kusuma Ramdani, & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Eden International Daily Food, Semarang. *Diponegoro Journal Of Management*, 11, 1–11.
- Dwi Kusuma Ramdani, & Rahardjo, S. T. (2022). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas produk dan

- kualitas layanan terhadap keputusan pembelian konsumen Eden International Daily Food Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 11(1), 1–11.
- Dwijantoro, D. dan S. (2021). Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*, 4(2), 172–178.
- Ermini, Suryati, et al. (2023). 4.+Ermini-Suryati-Najib-Dina. *Jurnal Media Wahana Ekonomi*, 1, 36–51.
- Firdaus, S., Oktarienza, T., Sanjaya, V. F., Ekonomi dan Bisnis, F., & Islam Negri Raden Intan, U. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 2022. <http://jema.unw.ac.id>
- Glorya Priscilla Maino, Jantje L. Sepang, & Ferdy Roring. (2022). Pengaruh Inovasi Produk, Persepsi Harga dan Promosi terhadap Minat Beli pada Verel Bakery and Coffee. *Jurnal EMBA*, 10(1), 184–190.
- Hanung Susilo Pramono, Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2021). Pengaruh\_Kualitas\_Pelayanan\_Kele ngkapan\_Produk\_Har. *JEKU (Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 3(3), 211–219.
- Hartati, R., Kurniawan, F. B., Setiani, D., & Asrianto, A. (2024). Studi Evaluasi Kualitas Penggunaan Pewarna Giemsa Pada Pemeriksaan Mikroskopis Malaria di Laboratorium Fasilitas Layanan Kesehatan Kota Jayapura Tahun 2023. *Health Information : Jurnal Penelitian*, 16(2), e1237. <https://doi.org/10.36990/hijp.v16i2.1237>
- Haura Hanifah, Lathifa Salsabillah, Allisa Tazkia Fitri, Riska Mona Febriani, Rully Hidayatullah, & Harmonedi. (2025). Landasan Teori, Penelitian Relevan, Kerangka Berpikir Dan Hipotesis Penelitian Pendidikan. *Jurnal IHSAN Jurnal Pendidikan Islam*, 3(2), 391–404. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v3i2.989>
- Hidayah, I. A., & Yulianto, A. E. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Toko Pakaian Jassy ( Itc Surabaya ). *Jurnal Ilmu Riset Manajemen*, 11(11), 1–17. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/5003/5016>
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis Lokasi, Potongan Harga, Display Produk dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85. <https://doi.org/10.47668/pkwu.v10i1.332>
- Husain, N., Karundeng, D. R., & Suyanto, M. A. (2021). Analisis lokasi, potongan harga, display produk dan kualitas produk terhadap minat beli pada Alfamart Kayubulan. *Jurnal Pendidikan dan Kewirausahaan*, 10(1), 63–85.
- Ika Noerma Ramadhani, & Gustaf Naufan Febrianto. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk dan Tingkat Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Citra Tunas Medika di Surabaya. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(3), 183–199. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i3.2251>.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi.