

ANALISIS HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN IKAN NILA DI DESA KOTO TINGGI

Rika Santi¹; Heffi Christya Rahayu²; Ratna Dewi³

Universitas Pasir Pengaraian, Rokan Hulu, Riau
Jln. Tuanku Tambusai Rambah, Kabupaten Rokan Hulu, Riau 28558
E-mail : rika.santips@gmail.com (Koresponding)

Submit: 9 Maret 2026

Review: 9 Maret 2026

Publish: 26 Maret 2026

*) Korespondensi

Abstract: This study aims to analyze the effect of price and product quality on purchasing decisions of tilapia fish in Koto Tinggi Village. Although tilapia is a widely consumed fishery commodity, purchasing decisions are influenced by the interaction between price and product quality perceived by consumers. This research used a quantitative approach with multiple linear regression analysis assisted by SPSS version 21. The population consisted of all consumers who purchased tilapia fish in Koto Tinggi Village. The sampling technique used was accidental sampling, and the sample size was determined using the Hair et al. formula, resulting in 110 respondents. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires distributed to consumers. The data were then analyzed to determine the influence of each independent variable on the dependent variable. The results indicate that price has a positive and significant effect on purchasing decisions. Product quality also has a positive and significant effect on purchasing decisions. Simultaneously, price and product quality significantly influence consumers' purchasing decisions of tilapia fish in Koto Tinggi Village.

Keywords: Price, Product Quality, Purchase Decision

Ketahanan pangan dipandang sebagai aspek krusial dalam upaya pencapaian kesejahteraan masyarakat, dari dimensi ketersediaan, keterjangkauan, hingga kestabilan harga. Ketahanan pangan memperlihatkan keterkaitan yang erat dengan dinamika inflasi, khususnya dalam hal keterjangkauan yang mencakup daya beli masyarakat serta tingkat harga pangan (Salasa, 2021). Pemenuhan pangan tidak semata-mata dipandang sebagai pemenuhan kebutuhan dasar manusia, melainkan juga dianggap mempunyai peranan yang signifikan dalam mempertahankan stabilitas sosial, ekonomi, serta politik suatu negara (Selvia dkk.,2025).

Selama periode tahun 2024, pembangunan nasional di sektor pangan dihadapkan pada berbagai tantangan signifikan, antara lain penurunan produktivitas lahan, tingginya biaya distribusi, kurang optimalnya diversifikasi konsumsi pangan, inflasi pangan, serta dampak perubahan iklim seperti kekeringan serta curah hujan ekstrem (Rencana Aksi

Badan Pangan Nasional Tahun 2025). Di samping itu, ketersediaan pangan juga terancam oleh kondisi global yang penuh ketidakpastian, termasuk pertambahan jumlah penduduk, tingginya tingkat kemiskinan, kualitas infrastruktur distribusi yang belum memadai, fluktuasi harga yang tidak stabil, serta dinamika konflik geopolitik serta instabilitas politik dunia. Dengan demikian memberikan dampak terhadap kegiatan produksi serta distribusi pangan (Sudibyoko,2020).

Tabel 1.1 Data harga ikan nila di pembudidaya Desa Koto Tinggi Tahun 2025

Bulan	Harga per kg (Tengkulak)	Harga per kg (pedagang)	Harga per kg (Konsumen)
Maret	Rp. 27.000	Rp.27.000	Rp.30.000
Mei	Rp.25.000	Rp.25.000	Rp.28.000
September	Rp. 30.000	Rp.30.000	Rp.35.000

Sumber:Rekapan data harga pembudidaya Koto Tinggi 2025

Berdasarkan Tabel 1.1 bahwa harga komoditas pada tiga tingkat distribusi tengkulak, pedagang, serta pembeli

memperlihatkan pola fluktuasi yang seragam sepanjang periode Maret, Mei, serta September. Pada Maret, harga tercatat relatif tinggi, meliputi Rp27.000/kg di tingkat tengkulak serta pedagang, serta Rp30.000/kg di tingkat pembeli. Pada Mei, seluruh harga mengalami penurunan, yang mengindikasikan adanya peningkatan pasokan maupun penyesuaian pasar musiman. Namun, pada September muncul kenaikan signifikan di semua tingkat, dengan harga mencapai Rp30.000/kg di tingkat tengkulak serta pedagang, serta Rp35.000/kg bagi pembeli.

Fenomena pembelian ikan nila memperlihatkan adanya interaksi yang kompleks antara harga, kualitas produk, serta keputusan pembelian. Harga jual ikan bisa memengaruhi persepsi pembeli terhadap nilai produk, sedangkan Kualitas ikan nila yang belum stabil seperti kesegaran yang menurun, ukuran yang tidak merata, tekstur yang bervariasi, serta daya tahan yang rendah menimbulkan ketidakpastian bagi pembeli. Ketidaksiharian antara harga serta kualitas ini berdampak langsung pada keputusan pembelian, sebab pembeli cenderung melihat harga yang dibayarkan sepadan dengan mutu yang mereka terima. Ikan nila yang dijual dengan harga tinggi namun kualitasnya kurang memuaskan bisa membuat pembeli ragu, sementara produk berkualitas baik dengan harga yang terlalu mahal juga bias menghambat keputusan pembelian, terutama bagi pembeli yang sensitif terhadap harga.

Theory of Planned Behavior sebagai kerangka kerja supaya menjelaskan bagaimana persepsi mengenai harga serta kualitas bisa membentuk kecenderungan pembelian individu (Nuri,2022). Secara keseluruhan, Theory of Planned Behavior menjelaskan bahwa persepsi harga serta kualitas berperan penting dalam membentuk niat beli melewati dampaknya terhadap sikap, norma subjektif, serta persepsi kontrol perilaku. Niat beli yang kuat selanjutnya akan meningkatkan kemungkinan munculnya perilaku pembelian secara aktual. TPB bisa dipakai supaya menjelaskan proses psikologis pembeli sejak sebelum pembelian hingga evaluasi pascapembelian. Dengan demikian,

dalam *Theory of Planned Behavior*, harga serta kualitas produk tidak hanya berperan dalam membentuk niat serta keputusan pembelian, tetapi juga berkontribusi secara tidak langsung terhadap kepuasan pembelian melewati sikap pembeli serta evaluasi pascapembelian. Kepuasan pembelian melambangkan puncak dari proses perilaku pembeli yang diprakarsai oleh persepsi harga bersama kualitas produk. Apabila harga ditetapkan terlalu tinggi, maka akan terbentuk persepsi di kalangan pembeli bahwa produk tersebut termasuk ke dalam kategori barang mewah maupun superior yang diasosiasikan dengan kualitas tinggi (Sari, 2021).

Menurut teori nilai pembeli yang diartikulasikan oleh Kotler et al. (2021), harga dikonseptualisasikan sebagai cerminan dari pengorbanan komprehensif yang harus ditanggung pembeli supaya mendapatkan manfaat produk. Penyelarasan antara harga serta nilai yang dirasakan mempunyai implikasi supaya meningkatkan kemungkinan keputusan pembelian pembeli. Harga dipandang sebagai besaran moneter yang ditetapkan terhadap suatu barang maupun jasa, yang melewati penetapannya merepresentasikan kondisi pertukaran yang terbentuk dari interaksi antara penawaran serta permintaan dalam pasar (Samuelson et al., 2020). Dalam lima tahun terakhir, konsep ini telah mengalami perluasan dengan penekanan pada dinamika digitalisasi pasar, dimana penetapan harga tidak lagi semata-mata didampaki oleh biaya produksi, tetapi turut dibentuk oleh penggunaan algoritma yang beroperasi merujuk pemrosesan data (Goolsbee et al., 2022)

METODE

Metode penelitian kuantitatif dianggap sebagai salah satu pendekatan yang umum diterapkan dalam kajian ilmu sosial serta pendidikan, khususnya ketika riset difokuskan pada pengujian hipotesis serta identifikasi hubungan antarvariabel dalam cakupan yang luas (Machali, 2021). Menurut Maruwu, (2023) penerapan riset

kuantitatif dianggap ideal apabila variabel-variabel yang diteliti bisa diukur secara terperinci serta instrumen pengukuran yang dipakai bisa dikembangkan secara valid serta reliabel. Data yang merepresentasikan variabel-variabel tersebut umumnya diperoleh melewati metode survei, eksperimen, maupun penggunaan instrumen tes standar lainnya.

HASIL

Bisnis pembudidayaan ikan air tawar di Desa Koto Tinggi telah berkembang sejak lama dan menjadi salah satu mata pencaharian utama masyarakat. Usaha ini dikelola secara turun-temurun dengan memanfaatkan sumber daya alam yang tersedia, seperti aliran sungai yang jernih serta lahan kolam yang luas dan subur. Kondisi lingkungan tersebut sangat mendukung pertumbuhan ikan air tawar, khususnya ikan nila yang memiliki daya tahan tinggi dan permintaan pasar yang stabil. Salah satu pembudidaya yang masih aktif hingga saat ini adalah Bapak Aswanto. Berbeda dengan pembudidaya lain yang memelihara berbagai jenis ikan, Bapak Aswanto memfokuskan usahanya pada budidaya ikan nila saja. Strategi ini dipilih agar proses pemeliharaan lebih terkontrol, kualitas ikan lebih terjaga, serta produksi dapat dilakukan secara konsisten dalam jumlah besar.

Tabel 4.1 Uji Reliabilitas Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items
Harga	0,931	6
Kualitas Produk	0,936	8
Keputusan Pembelian	0,946	8

Sumber: Olahan data peneliti 2026, SPSS V21

Berdasarkan Tabel 4.1, diperoleh nilai Cronbach's Alpha pada seluruh variabel riset yang memperlihatkan angka lebih besar dari 0,6. Mengacu pada kriteria reliabilitas yang telah ditetapkan sebelumnya, bisa disimpulkan bahwa seluruh variabel yang dipakai dalam riset ini telah memenuhi syarat reliabel.

Tabel 4.2 Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	Unstandardized Residual
------------------------------------	-------------------------

N	110	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.65779004
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.037
	Negative	-.052
Kolmogorov-Smirnov Z	.548	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.925	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Olahan data primer 2026, SPSS V21

Mengacu pada Tabel 4.2, yang menguraikan hasil uji normalitas, sebuah Asymp. Sig. nilai 0,925 diperoleh, yang melampaui ambang signifikansi 0,05. Akibatnya, bisa disimpulkan bahwa residu riset ini sesuai dengan asumsi distribusi normal.

Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Error Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.986	3.822		3.659	.000		
X1	.285	.138	.185	2.065	.041	.938	1.067
X2	.372	.094	.354	3.943	.000	.938	1.067

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data primer 2026, SPSS V21

Merujuk temuan pada Tabel 4.3, bisa disimpulkan bahwa dataset tidak memperlihatkan tanda-tanda multikolinieritas. Kesimpulan ini didukung oleh nilai Toleransi supaya kedua variabel independen yang lebih besar dari 0,1, selain nilai Faktor Inflasi Varians (VIF) di bawah 10.

Tabel 4.4 Hasil Regresi Linier Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Error Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	13.986	3.822		3.659	.000
X1	.285	.138	.185	2.065	.041
X2	.372	.094	.354	3.943	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data Primer diolah, 2026 (SPSS Ver.21)

Berdasarkan Tabel 4.4 nilai konstan (a) ialah 13,986, sedangkan koefisien supaya

X1 (b) ialah 0,285, serta supaya X2 (b) ialah 0,372. Akibatnya, persamaan regresi linier berganda bisa dirumuskan meliputi:

$$Y = 13.986 + 0,285X1 + 0,372X2 + \varepsilon$$

Tabel 4.5 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate
1	.887 ^a	.787	.783	3.692

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber : Olah data primer 2026, SPSS V21

Merujuk Tabel 4.5 bisa disimpulkan bahwa nilai *Adjusted R Square* koefisien determinasi) sebesar 0.783 yang berarti dampak variabel independen (harga serta kualitas produk) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian) ialah sebesar 0.783 (78.3%), sedangkan sisanya (100% - 78.3% = 21.7%) dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model yang tidak terukur.

Tabel 4.6 Hasil Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	13.986	3.822		3.659	.000
	X1	.285	.138	.185	2.065	.041
	X2	.372	.094	.354	3.943	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Olah data primer 2026, SPSS V21

Berdasarkan hasil uji t yang disajikan pada Tabel 4.6, pengurangan berikut bisa dilaksanakan: Variabel Harga (X1) memperlihatkan nilai t yang dihitung 2.065, yang melebihi nilai Tabel t 1.981, dengan tingkat signifikansi 0,041, yang kurang dari 0,05. Oleh sebab itu, H0 ditolak, serta Ha diterima, mengarah pada kesimpulan bahwa harga (X1) memberikan efek positif serta signifikan pada keputusan pembelian (Y).

PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan nila di Desa Koto Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa harga menjadi salah satu pertimbangan utama bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan kesesuaian antara harga yang dibayarkan dengan manfaat atau kualitas produk yang diterima. Apabila

harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan daya beli serta nilai produk yang diterima, maka kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian akan semakin tinggi. Temuan ini sejalan dengan pendapat Kotler dan Keller (2020) yang menyatakan bahwa harga merupakan salah satu elemen penting dalam bauran pemasaran yang memengaruhi persepsi nilai konsumen terhadap suatu produk. Hasil penelitian ini juga mendukung penelitian Ardista dan Wulandari (2020) yang menyatakan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain itu, kualitas produk juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan nila. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga, tetapi juga memperhatikan kualitas ikan yang akan dibeli, seperti tingkat kesegaran, ukuran ikan, tekstur daging, aroma, serta kondisi fisik ikan secara keseluruhan. Ikan nila yang memiliki kualitas baik akan meningkatkan kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2021), kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen, sehingga kualitas yang baik akan meningkatkan kepuasan serta keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Banjarnahor et al. (2023) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Secara simultan, harga dan kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ikan nila di Desa Koto Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh kombinasi antara harga yang sesuai dengan daya beli serta kualitas produk yang baik. Konsumen cenderung melakukan pembelian apabila mereka merasa bahwa harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas produk yang diterima. Dengan demikian, keseimbangan antara harga dan kualitas produk menjadi faktor penting dalam

meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Temuan ini sejalan dengan teori nilai konsumen yang dikemukakan oleh Kotler et al. (2021) yang menyatakan bahwa keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh persepsi nilai, yaitu perbandingan antara manfaat yang diterima dengan pengorbanan yang dikeluarkan oleh konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas produk ikan nila serta penetapan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dapat menjadi strategi yang efektif bagi para pembudidaya maupun pedagang ikan di Desa Koto Tinggi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

SIMPULAN

Investigasi ini dilaksanakan supaya memastikan variabel mana yang memengaruhi keputusan pembelian. Dalam konteks ini, variabel independen yang diperiksa ialah harga (X1) serta kualitas produk (X2), sedangkan variabel dependen ialah keputusan pembelian (Y).

1. Harga memperlihatkan dampak positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian ikan nila di Desa Koto Tinggi. Ini memperlihatkan bahwa keputusan pembelian dibentuk oleh penetapan harga yang selaras dengan daya beli pembeli.
2. Kualitas produk juga memperlihatkan dampak positif serta signifikan terhadap keputusan supaya memperoleh ikan nila di Desa Koto Tinggi. Ini memperlihatkan bahwa keputusan supaya membeli didampaki oleh atribut kualitas produk, yang mencakup kesegaran, ukuran, tekstur daging, aroma, serta kondisi fisik ikan secara keseluruhan.
3. Harga serta kualitas produk bersama-sama memberikan dampak positif serta signifikan terhadap keputusan pembelian di Desa Koto Tinggi. Ini menyiratkan bahwa keputusan pembelian didampaki tidak hanya oleh faktor tunggal

DAFTAR RUJUKAN

Ahmad, A., & Nurmansyah, H. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan

Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Peternakan Ikan Nila Maju Lancar. 2(2).

Anjasmoro, M., Hadi, M., Maskan, M., Putra, I. L., Maulana, N., Malang, P. N., & Malang, K. (2024). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ikan Hias Predator Di Aquatic Predator Malang. *Jurnal Media Akademik*, 2(10). <https://doi.org/10.62281>

Ardista, R., & Wulandari, A. (2020). Analisis pengaruh harga, Lokasi, Dan Gaya Hidup. *Value: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 15(2), 1–13. <https://doi.org/10.32534/jv.v15i2.1156>

Atikah Nurhayatia, T. H. dan A. A. H. (2025). S Sosial Ekonomi (Studi Kasus Di Provinsi Jawa Barat, Indonesia) Management Of Tilapia Fish Productivity Economic-Indicator (Case Study In Jawa Province, Indonesia) Abstrak Provinsi Jawa Barat yang mempunyai potensi perikanan air. *Abstrak Provinsi Jawa Barat yang mempunyai potensi perikanan air. June*.

Austan Goolsbee, Peter J. Klenow, & N. S. (2022). Algorithmic Pricing and Competition: Empirical Evidence from E-Commerce". *Journal of Political Economy*, 130(4), 1024–1056.

Azrullah, M. (2024). Pengaruh Keselamatan Kerja, Kesehatan Kerja Dan Tunjangan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Kasus Pada Karyawan Ud. Porong Jaya Bangil). *Jurnal Transparan*, 16(1), 1–91.

Banjarnahor, I., aloejo, H. D., Bisnis, D. A., & Diponegoro, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer Di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu*

- Administrasi Bisnis*, 12(2), 437–446.
<https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab>
- Damayanti, R., Huda, N., Hermina, D., Jl, A., No, A. Y., Bunga, K., Tim, K. B., Banjarmasin, K., & Selatan, K. (2024). *Pengolahan Hasil Non-Test Angket , Observasi , Wawancara Dan Dokumenter*. 3. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/srjyappi.v2i3.1343>
- Dr. Imam Machali, M. P. (2021). Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif (Abdau Qurani Habib (ed.)). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Dr. Meithiana Indrasari. (2019). *Pemasaran & Kepuasan pelanggan*.
- Fajar Pranata, A. V. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(6).
- Fajriah, S., Abadi, S., & Mariyan, S. (2025). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Olahan Ikan Bandeng Pada UMKM Bandeng Rorod Kota Bekasi. *Jurnal Ilmiah Pertanian*, 21(1), 257–265.
- Fauzi, D. H. (2021). Determinasi Keputusan Pembelian Dan Pembelian Ulang (Literature Revie Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan 2* (6), 790–800.
- Hair, J.F Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M., Danks, N.P., & Ray, S. (2020). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Ikhsan, M., Satria, F., & Unggul, U. E. (2025). Pengaruh Citra Merek , Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Berbasis Android. 3(2019).
- Indri Selvia, Heffi Christya Rahayu, Arfianti. Novita. A. (2025). Pengaruh Harga Pangan dan Modal Usaha Terhadap Pendapatan UMKM di Desa Sungai Kuti The effect of food prices and business capital on the income of MSMEs in Sungai Kuti Village. September, 4605. <https://jicnusantara.com/index.php/jicn>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing Management* (15th ed.). New Jersey : Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021a). Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2021b). *Principles of marketing* (Edisi ke-18). Pearson.
- Kumar, V., & Shah, D. (2020). Customer loyalty and product quality in the digital age. *Journal of Marketing Research*, 59(3), 456–472. <https://doi.org/10.1177/00222437221108125>
- Lince, L. (2022). Implementasi Kurikulum Merdeka untuk Meningkatkan Motivasi Belajar pada Sekolah Menengah Kejuruan Pusat Keunggulan. *Prosiding Seminar Nasional Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan IAIM Sinjai*, 38–49. <https://doi.org/10.47435/sentikjar.v1i0.829>
- Livia, Maulana, N., Ibrahim, M., & Timur, J. (2025). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek sebagai Variabel Intervening. 3(4), 1033–1044.
- Luhur, E. S., Arthatiani, F. Y., & Apriliani, T. (2020). Faktor-Faktor Penentu Keputusan Pembelian Ikan Di Kabupaten Sumba Barat Daya, Nusa Tenggara Timur Determinants of Purchasing Decisions for Fish in South est Sumba Regency, Nusa Tenggara Timur Province. 213–221
- Lystia, C., Winasis, R., Widiyanti, H.S., & Hadibrata, B. (2022). *Determinasi Keputusan Pembelian : Harga,*

- Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran. 3(4). <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i4>
- Marina maruwu. (2023). Pendekatan penelitian pendidikan: Metode penelitian kualitatif, metode penelitian kuantitatif dan metode penelitian kombinasi (mixed method). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 2896–2910.
- Mustafa, P. S., Gusdiyanto, H., Victoria, A., Masgumelar, N. K., & L., & D., N. (2022). Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian tindakan kelas dalam pendidikan olahraga. *Insight Mediatama*.
- Nainggolan, N., & T. parinduri. (2020). Pengaruh potongan harga dan bonus terhadap pembelian konsumen minimarket serbelawan. *Manajemen Jurnal Ekonomi*, 2(1), 54–64.
- Nashrullah dkk. (2021). *accidental sampling*. 5, 107–121.
- Nasrullah, I. (2023). *Program Studi Sosial Ekonomi, Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan, Universitas Mulawarman Samarinda*. <https://doi.org/https://jurnal.univpgri-palembang.ac.id/index.php/ikan>
- Nidia Suriani, Risnita, M. S. J. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau. *Jurnal Pendidikan Islam*. 1, 24–36. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Nuri purwanto, Budiyanto, Suhermin. (2022) Theory Of Planned Behavior. Implementasi perilaku electronic Word of Mouth pada konsumen Markeplace. Literasi Nusantara.