

# **Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Diva Food**

**(Studi Pada Konsumen Diva Food Di Kec. Gedangan)**

Viga Akbar Fernanda Putra<sup>1</sup>, Ute Chairuz Nasution<sup>2</sup>, Diana Juni Mulyati<sup>3</sup>

Administrasi Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

[Vigaakbarfernanda23@gmail.com](mailto:Vigaakbarfernanda23@gmail.com), [ute@untag-sby.ac.id](mailto:ute@untag-sby.ac.id), [diana@untag-sby.ac.id](mailto:diana@untag-sby.ac.id)

## **ABSTRAK**

Era globalisasi saat ini bukan hanya teknologi saja yang mengalami perkembangan dan perubahan, namun gaya hidup masyarakat mulai mengalami perubahan, Perubahan pola hidup, termasuk peningkatan kesadaran akan kesehatan dan kebutuhan akan makanan yang praktis namun tetap bergizi, mendorong masyarakat untuk mencari alternatif makanan yang sehat dan mudah disiapkan, dimana masyarakat memilih makan diluar karena lebih efisien waktu bagi mereka yang memiliki kesibukan hal ini menyebabkan industri kuliner mengalami perkembangan pesat dimana yang dulunya material bahan mentah yang harus dimasak satu persatu menjadi makanan beku yang peraktis dan umur simpan lebih lama. UKM Diva *Food* Usaha yang berdiri dibidang kuliner makanan beku yang didirikan oleh Anie Riskayanti pada tahun 2009 dengan menggunakan merek “Diva” dengan jargon “Divanya Makanan Enak” dengan menawarkan berbagai produk makanan beku. Tujuan dalam penelitian yaitu untuk mengetahui kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada UKM Diva *Food* di kec. Gedangan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Dalam pengumpulan data teknik yang digunakan adalah *non-probability sampling*. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F dari hasil analisis yang digunakan dapat diketahui bahwa uji t kedua variabel independent yaitu kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian pada UKM Diva *Food* di kec. Gedangan kemudian hasil analisis menggunakan uji F dapat diketahui bahwa kedua variabel independent yaitu Kualitas Produk dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Keputusan Pembelian pada UKM Diva *Food* di Kec. Gedangan. Sehingga dapat disimpulkan kualitas produk dan harga secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UKM Diva *Food* di kec. Gedangan.

**Kata Kunci :** Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

## **ABSTRACT**

*The current era of globalization is not only technology that has undergone development and change, but people's lifestyles have begun to change. Changes in lifestyle, including increased awareness of health and the need for food that is practical but still nutritious, encourage people to look for alternative foods that are healthy and easy to prepare, where people choose to eat outside because it is more time efficient for those who have a busy life, this has caused the culinary industry to experience rapid development where what used to be raw materials that had to be cooked one by one became frozen foods that were practical and had a longer shelf life. UKM Diva Food A business that stands in the culinary field of frozen food founded by Anie Riskayanti in 2009 using the brand "Diva" with the jargon "Diva Delicious Food" by offering a variety of frozen food products. The purpose of the study was to determine the quality of products and prices simultaneously affect purchasing decisions at Diva Food SMEs in Gedangan kec. The type of research used is quantitative research. In collecting data, the technique used is non-probability sampling. The number of respondents in this study were 96 respondents. In this study using the t test and the F test from the results of the analysis used it can be seen that the t test of the two independent variables, namely product quality and price partially have a significant effect on the dependent variable, namely the purchase decision on SME Diva Food in kec. Gedangan then the results of the analysis using the F test can be seen that the two independent variables, namely Product Quality and Price simultaneously have a significant effect on the Purchase Decision variable at UKM Diva Food in Kec. Gedangan. So it can be concluded that product quality and price partially and simultaneously have a significant effect on purchasing decisions at UKM Diva Food in kec. Gedangan.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, Purchase Decision*

## PENDAHULUAN

Bisnis makanan atau dalam bidang Food and Beverage menjadi salah satu bisnis yang banyak diminati oleh masyarakat dan pelaku bisnis, karena selain menghasilkan keuntungan yang tinggi, makanan juga menjadi kebutuhan pokok bagi setiap individu. Jadi dimanapun dan kapanpun masyarakat akan membutuhkan makanan sebagai sumber pokok kehidupan (Margaretha Fiani S. & Edwin Japarianto, 2012) dalam jurnal (Khoiriyah & Wicaksana, 2023). Era globalisasi saat ini bukan hanya teknologi saja yang mengalami perkembangan dan perubahan, namun gaya hidup masyarakat juga mulai perubahan, dimana masyarakat lebih sering menghabiskan waktu makan di luar rumah agar lebih efisien waktu bagi mereka yang memiliki kesibukan. Hal ini menyebabkan industry food and beverage mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah satu pendukung perekonomian (Jimmy Sugianto & Sugiono Sugiharto, 2013). Salah satunya adalah makanan dalam bentuk beku (frozen food). Banyak sekali masyarakat yang menggemari makanan jenis ini, selain karena untuk faktor umur simpan makanan yang lebih lama, makanan ini juga lebih mudah di temukan diberbagai toko dan supermarket. Perubahan pola hidup, termasuk peningkatan kesadaran akan kesehatan dan kebutuhan akan makanan yang praktis namun tetap bergizi, mendorong masyarakat untuk mencari alternatif makanan yang sehat dan mudah disiapkan. Seiring dengan berjalannya waktu, banyak produsen frozen food mulai menawarkan opsi yang lebih sehat dan rendah kalori. Perkembangan bisnis kuliner yang semakin pesat dan beraneka ragam dengan tuntutan kebutuhan hidup serta perubahan gaya hidup masyarakat yang kompleks, Sehingga banyak calon pelaku usaha memilih untuk memulai bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) pada bidang kuliner. Para pelaku bisnis kuliner menawarkan berbagai macam

produk yang bertujuan untuk memanjakan lidah dari para penikmat kuliner. Banyak beraneka ragam jenis jajanan yang ditawarkan dengan harga yang bervariasi sesuai target pasar yang dituju. Semakin berkembangnya industri pada sektor tersebut, sebuah fenomena mulai terlihat seiring mengikuti perkembangan zaman dan trend dimana perilaku pelanggan menjadi sangat selektif dalam menentukan pilihannya. Mereka ingin dimengerti, dikenali, dicukupi kebutuhan dan keinginannya, mendapatkan kualitas pelayanan yang prima bahkan mereka terkadang ingin diberi penghargaan. Terjadinya persaingan yang begitu kuat antara pelakupelaku bisnis diindustri makanan dan minuman. Pertumbuhan industri makanan dan minuman sangatlah cepat dan terus meningkat. Indonesia merupakan salah satu Negara yang pertumbuhan industri makanan dan minumannya berkembang pesat. Menurut (Kotler & Amstrong, 2012) dalam jurnal (Br Marbun et al., 2022) , Keputusan pembelian adalah Keputusan konsumen yang dipengaruhi perekonomian, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, lokasi, harga, promosi, dalam bentuk barang, orang, dan proses membentuk sikap terhadap konsumen untuk memproses semua informasi dan menarik kesimpulan sebagai tanggapan muncul pada produk yang akan dibeli. Menurut Kotler dan Keller (2006) dalam jurnal (Ernawati, 2019) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan kebutuhan yang telah di tentukan dan bersifat laten. Sedangkan menurut (Hadi & Nastiti, 2021) kualitas adalah keunggulan yang dimiliki oleh produk tersebut. Harga, (Dr. Meithiana Indrasari, 2019) menyatakan bahwa harga adalah nilai suatu kesepakatan mengenai transaksi jual beli barang atau jasa yang disepakati oleh kedua pihak. Harga menjadi komponen terpenting atas sebuah produk yang harus ditetapkan oleh Perusahaan yang nantinya dapat berpengaruh terhadap keuntungan

Perusahaan. Kualitas produk merupakan suatu bentuk barang atau jasa yang diukur dalam tingkatan standar mutu keandalan, keistimewahan tambahan, cita rasa, serta fungsi kinerja dari suatu produk yang dapat memenuhi ekspektasi dari konsumen. Berdasarkan adanya kontradiktif pada hasil penelitian sebelumnya dengan ketidakkonsistenan hasil-hasil penelitian terdahulu mengenai Kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian maka dilakukannya penelitian kembali mengenai pengaruh variabel kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembelian untuk mengetahui variabel-variabel yang akan diteliti tersebut berpengaruh atau tidaknya. Berdasarkan permasalahan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ukm Diva Food (Studi Pada Konsumen Diva Food Di Kec. Gedangan).

## METODE PENELITIAN

Dalam melakukan penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen UKM Diva Food di Kec. Gedangan dan tidak diketahui jumlah populasinya, maka penelitian ini menggunakan sampel dengan jumlah 96 konsumen sebagai responden. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah berupa kuesioner. Daftar pernyataan berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden untuk diisi dan akan diukur menggunakan skala likert. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari Uji Instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Autokorelasi dan Uji Heteroskedastisitas), Uji Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis (Uji t, Uji F dan Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Coefficients <sup>a</sup>						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	5,874	1,635		3,594	,001		
Kualitas Produk	,386	,073	,457	5,309	,000	,782	1,424
Harga	,341	,082	,358	4,159	,000	,782	1,424

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Diketahui bahwa nilai konstanta 5,874 yang berarti yang artinya apabila tidak terjadi perubahan pada kualitas produk dan harga maka variabel Keputusan pembelian senilai 5,874. Nilai koefisien variabel kualitas produk 0,386 yang artinya variabel kualitas produk dengan Keputusan pembelian mempunyai hubungan yang positif. Apabila variabel kualitas produk meningkat maka Keputusan pembelian akan mengalami peningkatan sebesar 0,386 satuan. Nilai koefisien pada variabel harga sebesar 0,341 yang artinya variabel harga dengan Keputusan pembelian mempunyai hubungan yang positif. Dapat disimpulkan bahwa apabila harga mengalami peningkatan maka variabel Keputusan pembelian mengalami peningkatan sebesar 0,341 satuan.

### B. UJI HIPOTESIS

#### 1. Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5,874	1,635		3,594	,001
Kualitas Produk	,386	,073	,457	5,309	,000
Harga	,341	,082	,358	4,159	,000

Diketahui Nilai T hitung pada kualitas produk sebesar 5,309 > 1,985 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti H<sub>0</sub> ditolak H<sub>1</sub> diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian. Diketahui nilai T hitung variabel harga sebesar 4,159 > 1,985 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti H<sub>0</sub> ditolak H<sub>1</sub> diterima. Sehingga

disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh terhadap variabel Keputusan pembelian.

### C. Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	276,603	2	138,301	49,539	,000 <sup>b</sup>
	Residual	298,837	93	2,782		
	Total	536,240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai F tabel dengan  $N=96$  untuk  $df_1 = k$  ( $df_1=2$ ) dan  $df_2 = N-k-1$  ( $df_2 = 96-2-1=93$ ) maka diperoleh nilai F tabel sebesar 2,70. Diketahui bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $49,539 > 2,70$ ) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

1.  $H_0$  : Tidak ada pengaruh variabel Kualitas Produk, dan Harga secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian pada Diva Food di kec. Gedangan.

2.  $H_a$  : Ada pengaruh variabel Kualitas Produk, dan Harga secara bersama – sama terhadap keputusan pembelian pelanggan pada Diva Food di kec. Gedangan. Nilai  $F_{hitung}$  sebesar  $49,539 > F_{tabel}$  2.70 dan signifikan 0,000. Jadi  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Diva Food di kec. Gedangan

### D. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,718 <sup>a</sup>	,516	,505	1,671	2,046

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk  
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan output diatas diperoleh hasil uji koefisien determinasi sebesar 0.516 atau 51,6.%. Hal ini berarti menunjukkan bahwa besarnya Kualitas Produk ( $X_1$ ), dan

Harga ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ) pada UKM DIVA FOOD di kec. Gedangan 51,6%. Sedangkan sisanya sebesar  $(96\% - 51,6\%) = 44,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan. Sampel pada penelitian ini diambil dari konsumen UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan dengan responden berjumlah 96 orang. Berdasarkan data yang dikumpulkan dan diuji dengan menggunakan model regresi linier berganda maka dapat ditarik kesimpulan. Kualitas Produk pada UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Hal tersebut diperkuat oleh hasil jawaban responden yang menyatakan bahwa indikator dengan rata-rata tertinggi dengan pernyataan “Produk UKM DIVA FOOD dikemas dengan rapi dan higienis” yang menandakan responden sangat setuju. Harga pada UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Hal tersebut diperkuat oleh hasil jawaban responden yang menyatakan bahwa indikator dengan rata-rata tertinggi adalah indikator dengan pernyataan “Harga pada produk UKM DIVA FOOD sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan” yang menandakan responden sangat setuju. Kualitas Produk dan Harga secara simultan atau secara Bersama-sama berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian pada UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan.

### Saran

#### 1. Kualitas Produk

Kualitas produk UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan telah

memiliki kualitas yang baik. Maka dari itu diharapkan UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan dapat mempertahankan kualitas tersebut agar tidak kalah dengan kompetitor dan melakukan inovasi produk dengan memberikan berbagai macam varian macam snack frozen. Hal itu perlu dilakukan tetapi tidak kalah penting pula untuk menjaga kualitas produk UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan tetap menggunakan bahan-bahan berkualitas dan menjaga tingkat higienis produk. Peneliti menyarankan UKM DIVA FOOD dapat melakukan dengan penggunaan bahan baku yang berkualitas. Informasi penggunaan bahan baku berkualitas dapat dicantumkan pada label dan informasi produk pada kemasan yang memuat informasi antara lain kandungan nutrisi, proses pembuatan, cara penyimpanan serta bahan baku yang digunakan. Selain itu salah satu alternatif yang dapat dilakukan dengan menggunakan kemasan *food grade*. Kemasan *food grade* merupakan kemasan yang aman untuk digunakan sebagai pembungkus makanan. Menggunakan kemasan *food grade* dapat membantu menjaga kualitas baik rasa maupun aroma dari makanan. Dampak positif yang dapat ditimbulkan dari penggunaan kemasan *food grade* yakni lebih ramah lingkungan dan aman bagi kesehatan konsumen karena dapat terhindar dari zat berbahaya yang dapat ditimbulkan dari kemasan biasa.

## 2. Harga

Harga UKM DIVA FOOD di Kec. Gedangan telah melakukan strategi penetapan harga dengan baik. Adapun penentuan harga tersebut didasarkan pada beberapa cara diantaranya yakni

dengan riset pasar, bertujuan untuk membantu dalam menentukan kisaran harga yang dapat diterima dan bersaing di pasar. Peneliti menyarankan UKM DIVA FOOD Menghitung biaya produksi, termasuk bahan baku, tenaga kerja, biaya *overhead* dan biaya distribusi. Dengan perhitungan yang detail maka akan memberikan gambaran mengenai biaya per unit produk lebih akurat. Sehingga apabila ada kenaikan pada bahan baku produk, perusahaan dapat tetap memberikan harga terbaik yang cukup terjangkau sesuai standar bahan baku produk yang digunakan. Selain itu juga menggunakan inovasi strategi dengan memberikan harga diskon kepada konsumen. Hal ini dapat menarik minat konsumen untuk berbelanja dan dapat menciptakan konsumen loyal. Bisa juga dengan memberikan kartu member untuk konsumen yang berbelanja pada nominal tertentu. Sehingga pada pembelian selanjutnya bisa mendapatkan *treatment* khusus.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, D., Setiaji, B., & Wahab, A. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif.
- Andika, A., Bijaang, D., Mapparenta, Prihatin, E., & Ajmal A. (2022). Pengaruh Motivasi, Disiplin Kerja, dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Pegawai Komisi Pemilihan Umum Provinsi Sulawesi Selatan. *Center of Economic Students Journal*, 5(2), 173–177.  
<https://doi.org/10.56750/csej.v5i2.417>
- Aridiyanto, M. J., & Penagsang, P. (2022). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Koperasi

- (Studi Kasus: Koperasi di Surabaya Utara). *JEB17: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(01), 27–40. <https://doi.org/10.30996/jeb17.v7i01.6542>
- Arifin, I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti pada CV. Prima Sari *Bakery* Kecamatan Rumbai Pesisir Kota Pekanbaru Menurut Ekonomi Syariah.
- Ayu Alfiah, Atep Suhendar, & Muhammad Yusuf. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Vinyl Flooring Merek Taco di CV Indosanjaya Kota Bandung*.
- Br Marbun, Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (*Literature Review Manajemen Pemasaran*). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716–727. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2.1134>
- Cahyono, A. P. A., Andayani, & Pujiyanto, A. (2022). Pengaruh Variasi Produk, Sales *Promotion*, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Brand* Minuman Haus Nginden Semolo Sukolilo Surabaya.
- Chairunnisa, Z., Rasmini, & Alexandri, (2021). Pengaruh *financial distress* terhadap manajemen laba pada perusahaan sub sektor telekomunikasi yang terdaftar di bei periode 2015 -2019.
- Meithiana Indrasari, Dr. M. I. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan.
- Eka Hendrayani, W. S. (2021). Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep).
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17. <https://doi.org/10.20527/jwm.v7i1.173>
- Farisa Hasna Nadiya, S. W. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian *Fashion 3second* di *Marketplace* (Studi Pada Mahasiswa Pengguna *Fashion 3second* di Kota Semarang). 3.
- Febbi Nilasari, Ute Chairuz Nasution. (2015). Pengaruh *Brand Image* dan *Sales Promotion* terhadap Keputusan Pembelian menggunakan Aplikasi OVO di Royal Plaza Surabaya.
- Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. 2.
- Hidayat, (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi, Promosi dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen *Coffee Shop* di Kota Gresik. *PERFORMA*, 6(4), 360–369. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i4.2558>
- Iskandar, (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Remaja Kuring Serpong. *Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata*, 4(2), 75–89. <https://doi.org/10.23887/jmpp.v4i2.43909>
- Kamajaya, V. (2024). *The Influence Of Brand Image, Product Design, Product Quality, And Price On The Decision To Purchase Ortuseight Brand Sports Shoes In Surakarta*.
- Khoiriyah, A., & Wicaksana, (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk *Frozen Food* Merek Golden Farm

- di Masyarakat Kota Bekasi. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1141–1144.  
<https://doi.org/10.37034/infv.v5i4.605>
- Mahanani, S. (2023). Pengaruh Profesionalisme Guru Terhadap Mutu Sekolah Dasar Di Kecamatan Blora Kabupaten Blora. 6.
- Maliana, R. (2020). Program Studi Ekonomi Syariah.
- Marnilin, F., Mutmainah, I., Yulia, I. A., & Mahfudi, A. Z. (2022). Pengaruh *Perceived Value* Terhadap Kepuasan Implementasi Program MBKM. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i1.936>
- Melinda, R., & Yusuf, M. (2022). Hubungan Kualitas, Harga Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tulang Muda Sapi Sinar.
- Meyria Pratiwi, N. M. I. P. (2023). Pengaruh Keragaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di KKV Tunjungan Plaza Surabaya.
- Muliawan, S., & Siwalankerto, J. (2018). Pengaruh Food Quality dan Ketersediaan Produk Terhadap *Repurchase Intention* Produk Sari Roti di Surabaya.
- Nastiti, K., Firmansyah, R., Diana, S. N., Apriviani, T., Rokhman, R. A., Putri, A. D., & Leandro, F. (n.d.). Peningkatan Kemampuan Bersaing Melalui Strategi Inovasi dan Pemasaran Serta Pengelolaan UMKM di Desa Balongmojo, Kabupaten Mojokerto.
- Pambudi utomo, N. made ida pratiwi. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Warung Kopi Mbah Sangkil Surabaya.
- Prameswari Monica Indah. (2023). Pengaruh Varian Produk dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (pada Deliwafa Store Cabang Sidoarjo).
- Prawiyogi, A. G., Sadiyah, T. L., Purwanugraha, A., & Elisa, P. N. (2021). Penggunaan Media *Big Book* untuk Menumbuhkan Minat Membaca di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(1), 446–452.  
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i1.787>
- Putri, N. A., & Mulyati, A. (2023). Pengaruh *Advertising, Price, dan Product Quality* Terhadap Keputusan Pembelian Skintific pada Pengguna Tiktokshop di Sidoarjo. *Jurnal Dinamika Administrasi Bisnis*, 9(1), 51–55.  
<https://doi.org/10.30996/jdab.v9i1.9665>
- Selvia, M., Tumbel, A. L., & Djemly, W. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlet *Whitening* pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi dan Bisnis. 10(4).
- Siti Kolifah, U. C. N. (2020). Pengaruh Harga, Keragaman Produk dan *Store Atmosphere* terhadap Kepuasan Konsumen pada Kedai *Coffee Culture* Jombang.
- Sugiharto, A., & Darmawan, M. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Janji Jiwa Coffee Citra Raya. *Papatung: Jurnal Ilmu Administrasi Publik, Pemerintahan dan Politik*, 4(2), 24–32.  
<https://doi.org/10.54783/japp.v4i2.454>
- Susanti, I. Y., Tjahjono, E., & Nasution, U. C. (2015). Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. 1.
- Susantik, A. M., & Sri Andayani (2019). Pengaruh Kualitas, Desain dan Harga Terhadap Produk Keramik

Platinum di Wringin Anom Gresik.

Taluke, D., Lakat, R. S. M., & Sembel, A. (2019). Analisis Preefrensi Masyarakat Dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir Pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Jurnal Perencanaan Wilayah dan Kota*, 6(2).

Tambun, C., Moniharapon, S., & Kawet, R. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah di Indomaret Krida Malalayang. *Jurnal Emba : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 11(3), 231–243. <https://doi.org/10.35794/emba.v11i3.49660>