

Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Minat Beli Gitar di RSD Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang

Muhamad Satrio¹, Moh. Hudi Setyobakti², Sukma Irdiana³

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang, Indonesia^{1,2,3}

Email: muhamadrioabiptra15@gmail.com, hudisetiyobakti@gmail.com, sukmapasah@gmail.com

INFO ARTIKEL

Volume 7
Nomor 1
Bulan September
Tahun 2024
Halaman 66-74

ABSTRAK

Gitar merupakan salah satu alat musik petik yang banyak di sukai oleh kalangan anak muda maupun tua yang berasal dari negara Spanyol pada Abad ke-16. Gitar salah satu produk yang di produksi dan di jual di salah satu toko di Kabupaten Lumajang toko RSD Music. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada sebanyak 85 responden. Jumlah populasi dalam penelitian ini tak terhingga, dan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling jenuh. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Setelah dilakukan pengujian secara parsial atau uji t didapatkan hasil sebagai berikut: 1) harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. 2) kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. 3) promosi berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. 4) koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh sebesar 0,556 % atau 55,6% minat berkunjung kembali dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk, dan promosi.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi.

ABSTRACT

The guitar is a stringed musical instrument that is liked by many young and old people from Spain in the 16th century. Guitars are one of the products produced and sold in one of the shops in Lumajang Regency, the RSD Music shop. This research aims to determine the influence of price, product quality and promotion on purchasing interest at the RSD Music Lumajang store. The research method used in this research is quantitative. Data was collected by distributing questionnaires to 85 respondents. The population in this study is infinite, and the sampling technique used in this research is a saturated sampling technique. In this research, hypothesis testing was carried out using multiple regression analysis techniques. After carrying out partial testing or t test, the following results were obtained: 1) price did not have a significant effect on buying interest at the RSD Music Lumajang

store. 2) product quality does not significantly influence purchasing interest at the RSD Music Lumajang store. 3) promotions have a significant effect on purchasing interest at the RSD Music Lumajang store. 4) the coefficient of determination (R²) obtained was 0.556% or 55.6% of interest in returning to visit can be explained by the variables price, product quality and promotion.

Keywords: Product Quality, Promotion, Price.

PENDAHULUAN

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, musik adalah salah satu dari sekian banyak hal yang dapat membantu kita untuk menghilangkan kepenatan setelah menjalani segala aktivitas setiap hari. Industri musik Indonesia juga semakin berkembang pesat dengan jumlah peminat yang juga bertambah banyak terbukti dengan banyak munculnya ajang pencarian bakat menyanyi yang ditayangkan di televisi, dengan semakin maraknya toko musik yang tersebar di seluruh penjuru kota, dan tempat kursus atau sekolah les musik yang jumlahnya semakin banyak diberbagai tempat Masturoh & Anggita, (2018). Musik merupakan hal pokok yang dibutuhkan di beberapa prospek kalangan masyarakat misalnya di cafe, kantor, tempat relaksasi, mall dan tempat umum lainnya. Industri kreatif di Indonesia telah berkembang dengan pesat, menjadi penggalan dari ekonomi yang kreatif, industri ini mempunyai peluang terbuka sebagai penggerak guna menciptakan Indonesia yang maju, adil, makmur dan mandiri Avilia, (2018).

Kalangan remaja dalam musik bukan merupakan satu perkara baru dalam wacana mengenai golongan remaja dan gaya hidup. Di Indonesia hal tersebut awal mula menjadi suatu isu sosial apabila dampak keterlibatan remaja dalam musik pop pada satu ketika dahulu, ia itu sekitar tahun 1960-an telah dikaitkan terutamanya dengan kewujudan satu sub-budaya remaja yang dianggap bukan konvensional. Efisiensi dan efektifitas dalam produksi perusahaan harus memperhatikan perencanaan persediaan materials. Kurangnya persediaan bahan baku akan menimbulkan terhambatnya proses produksi serta hilangnya kesempatan untuk memperoleh keuntungan, karena tidak dapat memenuhi permintaan konsumen. Gitar juga menjadi salah satu produk telah masuk ke berbagai daerah di Indonesia bahkan sampai ke luar negeri. Hal ini terbukti bahwa banyaknya gitar yang dieksport keberbagai negara seperti Malaysia, Thailand, Amerika dan masih banyak yang lain. Dalam persaingan usaha, pengusaha harus memperhatikan hal ini, karena pesaing bisa saja menawarkan harga yang lebih rendah dengan kualitas yang sama atau lebih baik. Oleh karena itu, baik pelaku usaha besar maupun kecil perlu memperhatikan pembelian dan pesaingnya ketika menetapkan harga atas produk dan jasa yang dijualnya Ghaminata & Kamal, (2012). Kualitas produk yang baik akan menyebabkan pengaruh minat beli akan tinggi. Selain itu peranan promosi juga menjadi hal yang penting untuk mempengaruhi minat beli. Promosi menjadi bagian promotor untuk menyebarluaskan informasi tentang produk atau jasa yang kita miliki. Sudah bertahun-tahun toko RSD, Kunir berjualan sebagai gitar. Sebagai toko sentral gitar di RSD Music Lumajang, Kunir menjadi peluang toko alat-alat musik alat musik gitar. Desa Sukosari, Kec. Kunir, memang telah lama dikenal sebagai daerah home industri gitar sejak lama. Kian lama, kian banyak peminat yang ikut juga membeli gitar dan lambat laun daerah ini pun kondang sebagai sentral toko gitar. sebagai imbalan atau jasa bagi perusahaan yang sudah diadakan yang sudah memuaskan konsumen. Menurut Kotler and Armstrong (2004:283) dalam Martono & Irani, (2014) kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Habibah dan Sumiati (2016:32), dalam Amelia *et al.*, (2023) kualitas produk menjadi landasan penting dalam mencapai keuntungan bagi perusahaan serta untuk bisa bersaing

di pasar guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk kongkret yang dibutuhkan oleh konsumen dengan kebutuhannya dan keinginannya yang memiliki tingkat presisi yang tepat melalui efektif dan efisien sebagai minat beli konsumen. Menurut William Shoel (1993) dalam Manap (2016:301) promosi merupakan sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa Promosi ialah usaha yang dilakukan oleh marketer, berkomunikasi dengan calon audiens. Promosi adalah usaha atau upaya untuk memajukan meningkatkan, misalnya untuk meningkatkan perdagangan atau memajukan bidang usaha. Promosi merupakan cara bagaimana memperkenalkan produk kepada konsumen.

Meskipun variabel yang diteliti telah banyak dilakukan namun penelitian ini memiliki keunikan yaitu penelitian ini dilakukan di Pantai Watu Pecak serta masih adanya perbedaan hasil penelitian (*gap research*) dari variabel yang diteliti. Sehingga berdasarkan uraian latar belakang diatas dan fenomena serta adanya perbedaan hasil penelitian (*gap research*), maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli gitar di RSD kecamatan kunir Kabupaten Lumajang. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli gitar di RSD kecamatan kunir Kabupaten Lumajang”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuantitatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah beli dan pas waktu beli di toko RSD Music Lumajang. Data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner kepada sebanyak 85 responden dan teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teknik sampling jenuh dengan kriteria konsumen yang telah merasakan atau menikmati produk gitar di toko RSD Music yang telah berusia tidak kurang dari 17 tahun dengan pertimbangan usia 17 tahun dapat memberikan keputusan yang tepat. Dalam penelitian ini pengujian hipotesis dilakukan dengan teknik analisis regresi berganda. Langkah pengujian yang digunakan adalah Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, dan Uji Statistik.

RESULT AND DISCUSSION

Hasil Pengujian Validitas

Berdasarkan hasil pengujian validitas diketahui besarnya koefisien korelasi dari seluruh butir pernyataan yang terdiri dari masing-masing 4 butir pernyataan untuk variabel harga, 4 butir pernyataan untuk variabel kualitas produk, 5 butir pernyataan untuk variabel promosi, dan 4 butir pernyataan untuk variabel minat beli. Dari hasil perhitungan koefisien korelasi, seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari r tabel yaitu 0,3. Dengan demikian bahwa seluruh butir pernyataan dinyatakan valid. Kesimpulannya seluruh butir pernyataan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen penelitian karena dapat menggali data atau informasi yang diperlukan.

Hasil Pengujian Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian reliabilitas diketahui hasil pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk variabel harga (X1) sebesar 0,806 yang berarti sangat reliabel, variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,787 yang berarti reliabel, variabel promosi (X3) sebesar 0,796 yang berarti reliabel, dan variabel minat beli (Y) sebesar 0,787 yang berarti reliabel. Dapat disimpulkan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel harga, kualitas produk, promosi, dan minat beli ini merupakan kuesioner yang handal karena dapat memberikan hasil yang tidak berbeda jika dilakukan kembali terhadap subjek yang sama pada waktu yang berbeda.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Hasil Pengujian Normalitas Data

Hasil pengujian normalitas dengan uji One-Sample Kolmogorov-Smirnov diketahui nilai signifikan $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Hasil Pengujian Multikolinieritas

Berdasarkan hasil pengujian multikolinieritas pada tabel di atas diperoleh nilai tolerance masing-masing variabel bebas yaitu harga sebesar 0,376, kualitas produk 0,400, dan Promosi sebesar 0,047 dimana ketiga nilai tersebut kurang dari 1, dan nilai Variance Inflation Factor (VIF) variabel harga sebesar 2,661, kualitas produk 2,501, dan promosi sebesar 2,238 dimana nilai tersebut kurang dari 10. Dengan demikian model regresi ini tidak ada multikolinieritas.

Hasil Pengujian Heteroskedastisitas

Hasil pengujian heteroskedastisitas diatas menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dari titik tersebut atau tidak beraturan. Dengan demikian dapat disimpulkan model regresi tersebut tidak memiliki adanya gejala heteroskedastisitas, yang artinya tidak terdapat gangguan yang berarti dalam model regresi ini.

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Berdasarkan tabel 4.14 diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$MB = 3,129 + 0,192H + 0,147KP + 0,355P + \epsilon$$

Keterangan:

MB	=	Minat Bebali
3,129	=	Konstanta
0,192	=	Harga
0,147	=	Kualitas Produk
0,355	=	Promosi
CD	=	Harga
F	=	Kualitas Produk
P	=	Promosi
E	=	Error

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier berganda diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Nilai constant sebesar 3,129 menunjukkan bahwa nilai minat berkunjung kembali akan sama dengan 3,129 jika nilai dari harga (X1), kualitas produk (X2), promosi (X3) sama dengan 0.
2. Koefisien variabel harga (X1) sebesar 0,192 (positif menunjukkan hubungan searah) yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel harga akan menaikkan minat beli sebesar 0,192 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel harga maka akan menurunkan minat beli sebesar 0,192. Dengan asumsi nilai koefisien variabel X2 dan X3 konstan.
3. Koefisien variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,147 (positif menunjukkan hubungan searah) yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel kualitas produk akan menaikkan minat beli sebesar 0,147 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel kualitas produk maka akan menurunkan minat beli sebesar 0,147. Dengan asumsi nilai koefisien variabel X1 dan X3 konstan.
4. Koefisien promosi (X3) sebesar 0,355 (positif menunjukkan hubungan tidak searah) yang menunjukkan bahwa setiap kenaikan 1 (satu) variabel promosi akan menurunkan minat beli sebesar 0,355 dan sebaliknya setiap penurunan 1 (satu) variabel promosi maka akan menurunkan minat berkunjung kembali sebesar 0,355. Dengan asumsi nilai koefisien variabel X1 dan X2 konstan

Tabel 1. Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a				
	Model	t	Sig.	Keterangan
1	(Constant)	2,303	0,024	
	HARGA	1,773	0,080	Tidak Signifikan
	KUALITAS PRODUK	1,353	0,180	Tidak Signifikan
	PROMOSI	4,058	0,000	Signifikan

Sumber : Hasil Olah data SPSS

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai Koefisien determinasi sebesar 0,556 maka dapat disimpulkan bahwa harga, kualitas produk, dan promosi berpengaruh terhadap variabel Minat Beli sebesar 55,6% sedangkan sisanya sebesar 44,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti suasana toko, lokasi dan kualitas pelayanan.

Pengujian Hipotesis Pertama

Hasil uji t untuk variabel X1 yaitu harga diperoleh nilai thitung = 1,773 dengan tingkat signifikansi 0,024. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh ttabel sebesar $\pm 1,989$. Jadi thitung $1,773 > \text{ttabel } \pm 1,989$ yang berarti H1 diterima dengan tingkat signifikansi 0,080 yang berada dibawah batas signifikansi 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat tidak adanya pengaruh signifikan harga terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang.

Pengujian Hipotesis Kedua

Hasil uji t untuk variabel X2 yaitu kualitas produk peroleh nilai thitung = 1,353 dengan tingkat signifikansi 0,180. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh ttabel sebesar $\pm 1,989$. Jadi thitung $1,353 < \text{ttabel } 1,989$ yang berarti H2 ditolak dengan tingkat signifikansi 0,180 yang berada diatas batas signifikansi 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kuliatas produk terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang.

Pengujian Hipotesis Ketiga

Hasil uji t untuk variabel X3 yaitu promosi diperoleh nilai thitung = 4,058 dengan tingkat signifikansi 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi 5% atau 0,05 diperoleh ttabel sebesar $\pm 1,989$. Jadi thitung $4,058 < \text{ttabel } 1,989$ yang berarti H3 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada diatas batas signifikansi 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap minat beli di RSD Music Lumajang.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Minat Beli di toko RSD Music Lumajang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa thitung $1,773 > \text{ttabel } \pm 1,989$ yang berarti H1 ditolak dengan tingkat signifikansi 0,080 yang berada dibawah batas signifikansi 5% atau 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. Artinya harga yang di tawarkan oleh toko RSD Music Lumajang tidak berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan konsumen tidak terlalu memperhatikan harga yang ada pada toko RSD Music Lumajang. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Amelia et al., (2023) harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Namun bertolak belakang dengan penelitian sebelumnya tentang harga yang dilakukan oleh Lukiana et al., (2023), Maghfiro et al., (2023), (Putri et al., 2023) menunjukan hasil bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli. Saran yang dapat diambil untuk meningkatkan minat beli konsumen di toko RSD Music Lumajang yaitu dengan lebih menyesuaikan harga yang ditawarkan dengan manfaat yang akan diperoleh konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Minat Beli di toko RSD Music Lumajang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa $t_{hitung} 1,353 < t_{tabel} 1,989$ yang berarti H_2 ditolak dengan tingkat signifikansi 0,180 yang berada diatas batas signifikansi 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. Artinya kualitas produk yang ditawarkan di toko RSD Music tidak berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan konsumen di toko RSD Music tidak terlalu memperhatikan kualitas produk yang ada pada toko RSD Music Lumajang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra et al., (2021) kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli. Penelitian sebelumnya tentang harga yang dilakukan oleh Tsaniya & Telagawathi, (2022) dan Caniago & Rustanto, (2022) menunjukan hasil bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli. Saran yang dapat diambil untuk meningkatkan minat beli yaitu meningkatkan kualitas produk yang sesuai dengan trend atau keinginan konsumen pada masa sekarang.

Pengaruh Promosi terhadap Minat Beli di toko RSD Music Lumajang

Hasil penelitian menunjukkan bahwa $t_{hitung} 4,058 < t_{tabel} 1,989$ yang berarti H_3 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang berada diatas batas signifikansi 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terhadap minat beli di RSD Music Lumajang. Artinya promosi yang dilakukan di toko RSD Music berpengaruh positif. Hal ini dikarenakan konsumen memperhatikan promosi yang ada pada toko RSD Music Lumajang. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina et al., (2019) dan Manampiring1 & Trang, (2016) menunjukan hasil bahwa promosi berpengaruh terhadap minat beli. Namun berbeda dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Latief, (2018) promosi tidak berpengaruh terhadap minat beli. Saran yang dapat diambil untuk meningkatkan minat beli yaitu mempertahankan dan meningkatkan promosi yang sudah berjalan selama ini.

KESIMPULAN

Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara signifikan tentang harga, kualitas produk, dan promosi terhadap minat beli gitar di RSD Kecamatan Kunir Kabupaten Lumajang. Dari rumusan masalah, tujuan, dan hipotesis penelitian serta pembahasan hasil penelitian yang dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik beberapa kesimpulan dari penelitian bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. Hal ini dikarenakan konsumen di toko RSD Music tidak terlalu memperhatikan harga yang ada pada di toko RSD Music Lumajang, Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli di toko RSD Music Lumajang. Hal ini dikarenakan konsumen di toko RSD Music memperhatikan promosi yang ada pada di toko RSD Music Lumajang.

DAFTAR PUSTAKA

- A.A., A. (2018). A.A avila. Universitas Hasanuddin.
- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). The case of Iran Khodro Company. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 143, 822-826. Analysing the Effect of Social Media on Brand Attitude and Purchase Intention:
- Adji, J., & Samuel, D. H. (2014). Pengaruh Satisfaction Dan Trust Terhadap Minat Beli Konsumen (Purchase Intention) Di Starbucks the Square Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 2(1), 1–10.
- Agustina, I., Wirawan, R., & Irdiana, S. (2019). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Indomaret Di Kecamatan Lumajang. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 39.

- Alma, B. (2018). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
- Amelia, A. D., Hartono, & Irdiana, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Daging Sapi (Studi pada Lapak Pak Sotro Pasar Klakah Lumajang). 213–220.
- Annuriyah, K., Ermawati, E., & Muttaqien, F. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli pada Toko Meubel See Markonah Lumajang. *Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 373– 382., 6(1). *Journal of Organization and Business Management*, 6(1), 373–%0A382.
- Ariella, R. I. (2018). “Pengaruh kualitas produk, harga produk dan desain produk terhadap keputusan pembelian Konsumen Mazelnid.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Atika, D. N., Ermawati, E., & Kasno, K. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela (Studi Kasus pada Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Widya Gama Lumajang). *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management*, 5(4), 258–265.
- azizah. (2021). Strategi Bersaing : Batik Malangan Konvensional Melalui Diversifikasi Produk Batik Kombinasi Pada Ukm Kelurahan Merjosari Malang. *Jurnal Ilmiah Bisnis Dan Ekonomi Asia*, 11(1), 11–23.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Budiyanto, T., Kojo, C., & N, H. (2016). Strategi Promosi, Kualitas Produk, Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Dan Minat Mereferensikan Rumah Pada Puri Camar Liwas Pt. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 16(4), 488–500.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022a). Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada UMKM di Jakarta (Studi Kasus Pembelian Melalui Shopee). *Responsive*, 5(1), 19.
- Caniago, A., & Rustanto, A. E. (2022b). Kualitas Produk Dalam Meningkatkan Minat Beli Konsumen Pada Umkm Di Jakarta. *Journal of Management Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 15(3), 367–378.
- Dody, A. (2022). Analisis Pengaruh Orientasi Pelanggan Dan Kualitas Produk Terhadap Kinerja Pemasaran Pada Umkm Makanan Dan Minuman Di Kota Pontianak. *Jurnal Widyadharma*, 6(9), 1963–1974.
- Firmansyah, M. A. (2019a). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Qiara Media. CV. Qiara Media.
- Firmansyah, M. A. (2019b). *Pemasaran Produk Dan Merek (Planning & Strategy)*. CV. Qiara Media.
- Firmansyah, M. A., & Mochklas, M. (2018). Analisa Strategi Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Giras di Surabaya. *Jurnal EKSEKUTIF*, 15(1), 281–295.
- Ghaminata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. 1, 1–10.
- Ghozali, I. (2020). 25 grand theory. yoga pratama.
- Glorianismus, F. Y., Maharani, N., Watiningsih, S. D., Ayu, T., & Trevesia, V. (2023). Humantech Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia. *Jurnal Ilmiah Multi Disiplin Indonesia*, 1(9), 1278–1285.
- Haedir. (2019). (Studi Kasus Pada Wisata Kuliner Pantai Jempol Labuhan Sumbawa). 2(1). Hartini. (2021). dasar dasar manajemen pemasaran. media sains indonesia.
- Hatmawan, A. Andhita, & Riyanto, S. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Dibidang Manajemen, Teknik, Pendidikan, Dan Eksperimen*. Deepublish.
- Hermanto, K., & Cahyadi, I. (2015). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli ulang fast food ayam goreng tepung di kalangan mahasiswa universitas kristen petra surabaya. *Jurnal Hospitality Dan Manajemen Jasa*, Volume 3, 361–387.
- Indrasari, Y. (2020). Efisiensi Saluran Distribusi Pemasaran Kopi Rakyat Di Desa Gending Waluh Kecamatansempol (Ijen) Bondowoso. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(1), 44–50.

- Iswati, S. & Ansori, M. (2017). *Penelitian Kuantitatif*. Airlangga University Press.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 21(1), 1–8.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Manajemen*. Person Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Erlangga.
- Kotler, P. (2008). *Manajemen pemasaran, jilid 1*. PT Indeks Kelompok Gramedia, 1(Cara memanager pemasaran), 1.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran (Edisi 12 J)*. PT. Indeks.
- Kristinae, V. (2018). Analisis Pengaruh Indeks Harga Konsumen Terhadap Inflasi (Studi Kasus Pada Inflasi Kota Palangka Raya dan Kab. Sampit di Kalimantan Tengah). *Jurnal Aplikasi Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–11.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90–99.
- Lukiana, N., Sari, D. E., & Ato, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ramy Parfum Refill di Kota Lumajang. 239–244.
- Man Hasan. (2018). B.4.2 Pendidikan Ekonomi Informal Bagaimana Pendidikan Ekonomi Membentuk Pengetahuan Pada Bisnis.pdf.
- Maghfiro, M., Palupi, T., & Anisatul, R. (2023). Pengaruh Harga , Promosi , dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Lezza Chicken Nugget di Toko Berkah Abadi Lumajang. 415–423.
- Manampiring1, A. F., & Trang, I. (2016). Pengaruh Produk , Harga , Promosi Dan Tempat Terhadap Keputusan. 4(1), 472–483.
- Manap, A. (2016). *resolusi manajemen pemasaran*. mitra wacana media.
- Martono, & Irani, S. S. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Batik Sendang Duwur Lamongan. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2), 687–699.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Alat Musik (Studi pada Konsumen Toko Ecayo Yamaha Musik di Bandar Lampung).
- Mulyani, H. A. (2019). *Pengaruh Promosi Terhadap Pariwisata Pada Talang Indah Pajarisuk*. (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Pringsewu).
- Na, D. E. C., & Hipertensiva, C. (2021). *metode penelitian kualitatif*. Noor, Z. Z. (2021). *Strategi Pemasaran 5.0*. Deepublish.
- Nugroho, Y. A. (2011). *It's Easy Olah Data Dengan Spss*. Skripta Media Creative.
- Putri, I. A., Setyobakti, M. H., & Hidayat, Z. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mie Semeru. *Jobman : Journal of Organization and Bussness Management*, 5(3), 157–166.
- Ratna Wijayanti Daniar Paramita, Noviansyah Rizal. (2018). *metode penelitian kuantitatif*. azyan mitra media.
- Saputra, H., Muhazirin, B., & Panjaitan, H. P. (2021). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Presepsi Harga, Dan Tempat Terhadap Minat Beli Pada Bakso Sido Kangen Pekanbaru. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), 48–61.
- Sholihah, Q. (2020). *Pengantar Metodologi Penelitian*. UB Press.
- Sholihat, A. (2018). Bab 2 Teori Keputusan Pembelian Dan Indikator Def Operasional. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15.
- Siregar, S. (2012). *metode penelitian kuantitatif dilengkapi perbandingan perhitungan manual & spss*. kencana.
- Sugiarto. (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Andi (Anggota Ikapi).
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Manajemen*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). Pengaruh Advertising, Sales Promotion, Dan Public Relations Terhadap Keputusan Menabung Di Pt. Bpr Sentral Arta Asia Lumajang. *Kemampuan Koneksi Matematis (Tinjauan Terhadap Pendekatan Pembelajaran Savi)*, 304(9), 117.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2013). Proses Pengolahan Beras Pratanak Memperbaiki Kualitas dan Menurunkan Indeks Glikemik Gabah Varietas Ciherang (Parboiled Rice Processing Improve Quality and Reduce Glycemic Index of Paddy cv. Ciherang). *Jurnal Pangan*, 22(3), 209–220.
- Sukmanawati, S., & Purwati, S. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab. *Jurnal Manajemen Almatama*.
- Sutrisno, N., & Haryani, A. D. (2017). Influence of Brand and Product Quality on Customer'S Buying Decision in South Cikarang Bekasi Regency. *Jurnal Lentera Bisnis*, 6(1), 85. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v6i1.169>
- Swastha, Basu, I. (2014). (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta. Tinggi, S., Ekonomi, I., Harga, P., & Produk, K. (2021). Pengaruh Harga , Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Masyarakat Kota Bogor) Abstrak Kata Kunci : Harga , Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan , Kepuasan Pelanggan Abstract. 1(1).
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Edisi 4: Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *pemasaran jasa*. Penerbit ANDI. Yogyakarta.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2016). *pemasaran esensi dan aplikasi*. c.v andi offset.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt. *Jurnal Manajemen Perhotelan Dan Pariwisata*, 5(1), 32–39.
- Wahidah, S. & Rangkuti, I. N. A. (2023). *Konsumen dalam Perspektif Pendidikan*. Sarnu Untung. Widayati. (2020). *widayat*.
- Yoel, D. A., Massie, J. D. D., & Tielung, M. V. J. (2021). Pengaruh Brand Image Dan Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Konsumen Di Era New Normal Pandemi Covid-19 Pada Baskin-Robbins Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 9(4), 136–144.
- Zuhroh, B. A. P. & S. (2016). Pengaruh Promosi Di Media Sosial Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kedai Bontacos, Jombang). *Jurnal Komunikasi*, X(2), 144–160.