

# 7. desy eka 163-175.pdf

## ***Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Brayen Snack Kediri***

Desy Eka Primadani<sup>1</sup>, Muhammad Dian Ruhamak<sup>2</sup>, Dwi Juwarni<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

<sup>2</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

<sup>3</sup> Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Kediri

email : [desyekaprimadani0712@gmail.com](mailto:desyekaprimadani0712@gmail.com); [dianru@unik-kediri.ac.id](mailto:dianru@unik-kediri.ac.id); [dwi\\_juwarni@unik-kediri.ac.id](mailto:dwi_juwarni@unik-kediri.ac.id)

Received: 17-09-2023

Revised: 18-10-2023

Accepted: 26-11-2023

### **Abstract:**

*This study aims to determine the effect of product quality and price on Brayen Snack Kediri's purchasing decisions. The research method used is descriptive and verification, with a total sample of 100 respondents. Testing research instruments using validity and reliability tests. The data analysis method used is multiple linear regression analysis, multiple correlation, and coefficient of determination. The results of the study show that there is a positive and significant influence between product quality and price on purchasing decisions. The magnitude of the influence of product quality and sales promotion on purchasing decisions for the Product Quality variable is  $0.01 < 0.05$ , The t-count value is  $3.505 > t$ -table value is  $1.984$ , for the Price variable is  $0.000 < 0.05$  and the t-count value is  $5.135 > t$ -value table  $1.984$  and the effect of price and quality is  $0.000 < 0.05$  and the calculated f value is  $157.372 > f$  table value is  $3.15$ . So, it can be concluded that price and quality influence the purchasing decision variable.*

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

### **INTRODUCTION**

UMKM merupakan usaha skala mikro yang kini banyak diminati dan digandrungi oleh masyarakat karna bisa meningkatkan perekonomian terutama pada sektor kelas bawah. UMKM kini semakin menjamur dan memiliki persaingan yang sangat ketat terutama dalam bidang kuliner. Dalam hal ini akhirnya mendorong para pembisnis untuk melakukan inovasi dalam menarik para konsumen agar tertarik membeli produk yang ditawarkan. Inovasi merupakan syarat penting bagi pembisnis terutama kuliner agar menarik minat konsumen dalam membeli produknya. Melalui inovasi yang dilakukan oleh para pembisnis kuliner akan lebih berkembang produknya dan meningkatkan kepuasan bagi konsumen. Melalui inovasi yang merubah dan meningkatkan kualitas produknya menjadi lebih baik lagi setiap saat akan menciptakan kepuasan tersendiri bagi konsumen.

Selain itu, maraknya usaha dalam bidang kuliner inovasi menjadi atribut paling penting dan pegangan bagi para pembisnis dalam menghadapi persaingan sesama pelaku usaha UMKM yang artinya pelaku usaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produknya juga dalam hal

mengembangkan produknya agar konsumen lebih tertarik dalam memilih produk yang ditawarkan tersebut. Penetapan harga merupakan tugas yang menunjang keberhasilan operasi perusahaan profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi perusahaan. Namun, keputusan mengenai harga tidaklah mudah dilakukan. Disatu sisi, harga yang terlalu mahal dapat meningkatkan laba jangka pendek, tetapi disisi lain akan sulit dijangkau oleh konsumen.

Selain harga, kualitas produk yang baik juga mempengaruhi konsumen dalam memutuskan pembelian pada suatu toko. Kualitas produk yang baik menyebabkan konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya, sehingga mereka dapat kembali datang dan merasa nyaman ketika berbelanja. Menurut Tjiptono dan Anastasya dalam Rusdiana (2014:216), kualitas produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Jika konsumen merasa harapan kurang terpenuhi, artinya konsumen merasa kecewa, kemungkinan besar konsumen akan berhenti membeli atau mencari kebutuhan yang diinginkan ditempat lain.

Brayen Snack Kediri merupakan usaha kuliner yang berbekal inovasi dalam bidang makanan di Kota Kediri. Dalam kegiatan operasionalnya dalam sehari-hari Brayen Snack Kediri menyediakan produk jajanan snack yang sedang diminati oleh banyak anak muda di Kediri. Adapun beberapa produk best seller Brayen Snack yaitu basreng, kripca, soes coklat, sale pisang dan masih banyak lagi beberapa produk best seller yang Brayen Snack miliki. Harga jual produk Brayen Snack relatif murah sehingga dapat dijangkau oleh semua kalangan masyarakat Kediri yang ingin mengkonsumsinya. Masyarakat yang menjadikan harga sebagai bahan pertimbangan, lebih memilih produk dari Brayen Snack dari produk snack yang lainnya.

Salah satu faktor yang dapat membuat konsumen merasa puas setelah memberi produk Brayen Snack yaitu konsumen mendapatkan kualitas produk yang unggul. Kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang)". Kualitas produk sangat penting sekali hubungannya dengan konsumen. Dalam hal ini kualitas produk menjadi pertimbangan sendiri bagi para konsumen untuk kembali membeli produk yang ditawarkan. Kualitas produk yang baik akan menimbulkan kepuasan bagi konsumen dan mereka bersedia membeli ulang pada produk yang ditawarkan. Begitu pula sebaliknya apabila konsumen merasa tidak puas dalam memberi produk yang telah di tawarkan maka akan tercipta kesan yang buruk sehingga pelanggan tidak tertarik lagi dan tidak akan membeli produk yang ditawarkan. Selain kualitas produk faktor lain yang dapat membuat

konsumen merasa puas setelah mencoba cita rasanya adalah harga produk. Harga juga kontribusi penting bagi berkembangnya usaha. Dalam harga terbentuk informasi bagi calon konsumen yang belum tau produk yang akan dibelinya. Penetapan harga yang dilakukan oleh Brayen Snack secara langsung dapat sebagai informasi promosi baik langsung maupun tidak langsung kepada masyarakat. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan para konsumen dalam membeli produk sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa bahwa produk yang mahal adalah produk yang berkualitas sangat bagus. berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen Brayen Snack Kediri secara simultan maupun parsial.

### METHOD

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2019). Adapun yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah 9835 responden konsumen Brayen Snack Kediri dari bulan Februari – Mei 2023 yang telah membeli cemilan. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non probability sampling*, tidak semua elemen populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan rumus slobin dalam menentukan besaran sampel dengan perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi

e : Batas Toleransi Kesalahan (*error tolerance*)

Diketahui:

N = 9835

e = 10 %

$$n = \frac{N}{N(e)^2 + 1} \quad n = \frac{9835}{1 + 9835 (0,1)^2} = \frac{9835}{99,35}$$

Dengan demikian jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini sebanyak 99,8 dibulatkan

menjadi 100 responden.

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data antara lain :

1. Study Pustaka

Study pustaka merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literature, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

2. Observasi

Observasi merupakan metode penelitian dimana peneliti melakukan pengamatan secara langsung pada obyek penelitian.

3. Kuesioner (Angket)

Metode kuesioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarakan kepada responden terutama pada penelitian survey.

Kuesioner yang disusun berdasarkan skala likert karena skala likert memang dipergunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang suatu obyek sikap. Dalam skala likert ini, dengan kategori jawaban adalah :

Kategori	Skor
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Netral (N)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji validitas digunakan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Suatu kata "valid" memiliki artian makna sinonim dengan kata "good". Validity memiliki penjelasan sebagai "to measure what be masured". Jika nilai  $r$  hitung  $>$  nilai  $r$  tabel, maka dapat dinyatakan indikator valid. Jika nilai  $r$  hitung  $<$  nilai  $r$  tabel, maka dapat dinyatakan indikator tersebut tidak valid (Sugiyono, 2016).

Menurut (Ghozali, 2016) uji reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS. Uji reliabilitas data dapat dilakukan dengan uji statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha*  $>$  0,60.

Reabilitas merupakan sebuah skala atau instrumen suatu pengukuran data dan apabila

data yang dihasilkan benar disebut reliable atau terpercaya, apabila hal tersebut secara konsisten menghasilkan hasil yang sama setiap kali dilakukan pengukuran.

Pengujian realibilitas dapat dilaksanakan dengan kriteria hasil pengujian yaitu:

- (1) Apabila nilai *Alpha Cronbach* > 0,6 maka dapat dimaksud bahwa variabel penelitian reliabel.
- (2) Apabila nilai *Alpha Cronbach* < 0,6 maka dapat dimaksud bahwa variabel penelitian tidak reliabel (Ghozali, 2016)

#### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Regresi berganda adalah pengembangan dari regresi linier sederhana yang dapat digunakan untuk memprediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lampau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (Independen) terhadap terikat (dependen) (Ghozali, 2016). Tujuan analisis ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh yang ditimbulkan. Persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n + e$$

Keterangan :

- Y : Keputusan Pembelian  
A : Konstanta  
 $X_1, X_2, \dots, X_n$  : Variabel Independen  
 $b_1, b_2, \dots, b_n$  : Koefisien Regresi  
e : Standar Error

#### Uji Hipotesis

##### Uji T

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji t dilakukan guna untuk mengetahui besarnya signifikan pengaruh masing masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Rumusnya adalah:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

- t =  $t_{hitung}$  yang selanjutnya dikonsultasikan dengan ttabel  
r = Korelasi parsial yang ditemukan  
n = Jumlah sampel

Untuk menguji hipotesis t dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika signifikansi < 0,05 maka  $H_0$  diterima berarti ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

- b. Jika signifikansi  $> 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti tidak ada pengaruh signifikan variabel independen secara individual terhadap variabel dependen.

#### Uji F

Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat. Selain itu dengan uji F ini dapat diketahui pula apakah model regresi linear yang digunakan sudah tepat atau belum. Rumusnya adalah:

$$F = \frac{R^2 / k}{(1-R^2) / (n-k-1)}$$

Keterangan :

F= Fhitung yang selanjutnya dikonsultasikan dengan Ftabel

$R^2$ = Korelasi parsial yang ditemukan

n= Jumlah sampel

k= Jumlah variabel bebas

Adapun kriteria pengujian uji F adalah sebagai berikut:

- a. Apabila F tabel  $>$  F hitung, maka hipotesis diterima. Sedangkan apabila F tabel  $<$  F hitung, maka hipotesis ditolak.
- b. Apabila probabilitas signifikansi  $> 0,05$ , maka hipotesis diterima. Sedangkan jika probabilitas signifikansi  $< 0,05$ , maka hipotesis ditolak.

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

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai ( $R^2$ ) yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen (Ghozali, 2016). Nilai koefisien determinasi adalah nol dan satu.

- a. Jika  $R^2 = 0 \leq R \leq 1$ , maka variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel terikat.
- b. Jika  $R^2 = 0$ , maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat sangatlah terbatas.

**RESULT**

**1. Uji Validitas**

Tabel 1  
Uji Validitas Instrumen

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel (5%)	Keterangan
Kualitas	Pernyataan 1	0,844	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,824	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,910	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,840	0,195	Valid
	Pernyataan 5	0,894	0,195	Valid
	Pernyataan 6	0,836	0,195	Valid
	Pernyataan 7	0,887	0,195	Valid
	Pernyataan 8	0,021	0,195	Valid
Harga	Pernyataan 1	0,929	0,195	Valid
	Pernyataan 2	0,924	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,926	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,878	0,195	Valid
	Pertanyaan 1	0,876	0,195	Valid
Keputusan Pembelian	Pernyataan 2	0,917	0,195	Valid
	Pernyataan 3	0,907	0,195	Valid
	Pernyataan 4	0,914	0,195	Valid

Sumber: data primer diolah peneliti (2023)

Berdasarkan hasil uji yang disajikan dalam tabel diatas, dengan menggunakan 100 responden dengan taraf signifikansi 0,05 yang mana diperoleh r tabel 0,195. dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tiga variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan Pembelian (Y)) menghasilkan nilai R hitung  $\geq$  0,195 yang artinya bahwa seluruh item pertanyaan dinyatakan VALID



## 2. Uji Reliabilitas

Tabel 2  
Hasil Uji Reliabilitas

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,799	9

### **Uji Realibilitas Harga (X2)**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,844	5

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,813	7

Sumber: data primer diolah peneliti (2023)

Berdasarkan data yang dijelaskan pada tabel 4.24 dapat diambil kesimpulan bahwa seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur tiga variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) Keputusan Pembelian (Y) menghasilkan nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka dapat dinyatakan bahwa item pertanyaan pada penelitian ini adalah RELIABEL.

## UJI HIPOTESIS

### 1. Uji f (simultan)

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2144,629	2	1072,314	159,970	,000 <sup>b</sup>
	Residual	650,211	97	6,703		
	Total	2794,840	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan yang disajikan pada gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk pengaruh Harga dan Kualitas adalah  $0,000 < 0,05$  serta nilai f hitung  $157,372 > \text{nilai } f \text{ table } 3,15$ . Maka dapat disimpulkan bahwa Harga dan Kualitas memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

**2. Uji t**

Suatu variabel bebas dinyatakan berpengaruh jika nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau bernilai  $sig < 0,05$ .

**Tabel 4**  
**Hasil Uji t**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,739	1,365		,542	,589
	x1	,301	,083	,380	3,637	,000
	x2	,794	,159	,522	4,998	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan perhitungan yang disajikan pada gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk adalah  $0,01 < 0,05$  serta nilai t hitung  $3,505 < \text{nilai t table } 1,984$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima dan dinyatakan Kualitas Produk memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Berdasarkan perhitungan yang disajikan pada gambar diatas, dapat diketahui bahwa nilai signifikansi untuk variabel Harga adalah  $0,000 < 0,05$  serta nilai t hitung  $5,135 > \text{nilai t table } 1,984$ . Maka dapat disimpulkan bahwa H2 diterima dan dinyatakan Harga memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

**3. Uji Determinasi R<sup>2</sup>**

**Tabel 5**  
**Hasil Uji Determinasi R<sup>2</sup>**

Model	Model Summary <sup>b</sup>			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,551 <sup>a</sup>	,304	,280	5,311

a. Predictors: (Constant), HAK PATEN DAN HALAL

b. Dependent Variable: UMKM

Sumber: data diolah (2023)

Berdasarkan output di atas diketahui bahwa nilai R square sebesar 0,304. Yang bermakna nilai ini memiliki arti bahwa pengaruh hak paten dan halal (X) terhadap peningkatan UMKM (Y) adalah sebesar 30,4% sedangkan 69,6% peningkatan UMKM dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

## **PEMBAHASAN**

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil analisis pada penelitian yang dilakukan ini menghasilkan Kualitas Produk memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sehingga dapat diartikan bahwa apabila variable Kualitas Produk semakin meningkat maka Keputusan Pembelian semakin tinggi. Kualitas produk yang enak, masa expired yang lumayan lama, kemasan produk yang mudah dibawa, beraneka ragam jenis snack, memenuhi harapan, kemasan produk yang menarik dan penyimpanan produk yang sangat mudah. Hal ini dibuktikan dengan tingginya respon jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Brayen Snack Kediri Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Friani Glorialgir, 2018, Metta Padmalia, 2016, Robeth Gain, 2017) dimana Kualitas Produk yang baik akan mampu meningkatkan Keputusan pembelian.

### **Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil analisis pada penelitian yang dilakukan ini menghasilkan Harga memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian sehingga dapat diartikan bahwa apabila variable Harga semakin terjangkau maka Keputusan Pembelian semakin tinggi. Di mana harga produk yang terjangkau, diskon potongan harga khusus dan harga cukup terjangkau dibanding produk yang lain. Hal ini dibuktikan dengan tingginya respon jawaban kuesioner yang dibagikan kepada konsumen Brayen Snack Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Friani Glorialgir, 2018, Metta Padmalia, 2016, Robeth Gain, 2017) di mana Harga terjangkau mampu meningkatkan Keputusan Pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil analisis pada penelitian ini menghasilkan bahwa Kualitas Produk dan Harga memiliki pengaruh dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Ini menunjukkan bahwa semakin tinggi Kualitas Produk yang diberikan dan Harga yang terjangkau maka Keputusan Pembelian di Brayen Snack juga akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini mendukung penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Friani Glorialgir, 2018, Metta Padmalia, 2016, Robeth Gain, 2017) dimana Kualitas Produk yang baik dan Harga terjangkau akan mampu meningkatkan Keputusan Pembelian

## **CONCLUSION**

Berdasarkan hasil pengujian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan maupun parsial kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keutusan pembelian konsumen di brayen snack kediri. Kualitas Produk dan Harga yang diberikan oleh Brayen Snack Kediri yang diberikan kepada pelanggan Brayen Snack Kediri sudah dirasakan cukup baik dan juga pelayanan karyawan Brayen Snack Kediri terhadap pelanggannya sangat

baik dan ramah sekali. Oleh karena itu faktor – faktor tersebut perlu dipertahankan dan ditingkatkan menjadi lebih baik lagi mengingat pelayanan kepada pelanggan merupakan hasil yang sangat penting yang berdampak positif terhadap kemajuan Brayen Snack Kediri.

#### **ACKNOWLEDGEMENT**

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu hingga terselesaikannya penelitian ini.

#### **BIBLIOGRAPHY**

- Abdurrahman dan Sanusi, 2015, Manajemen Strategi Pemasaran, CV Pustaka Setia Darmawan, Bandung.
- Anindhya, Budiarti., 2016.,: Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Factory Outlet BRMC, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6 No. 1.
- Bagus, Rizky, 2013: Pengaruh Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pakaian merek lois (studi kasus pada Yogya Toserba), Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 114 No. 1.
- Basrah, Saidani, Aulia, M. Rachman dan Rizan, Mohamad. 2013.,: Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas, Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 4 No. 2.
- Buchari Alma. 2014. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Alfabeta, Bandung.
- Dede, Aprisal, 2017: Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Great Store Clothing Samarinda, eJournal Administrasi Bisnis, Vol. 5 No. 3 Hal. 815-826.
- Denny, Saputra, 2014,: Effect Of Product Quality,Promotion,and Brand Image On Purchase Decision Of Nike Sports Shoes, Diponegoro Journal Of Social and Politic, Hal. 1-12.
- Dewi, Susanti Satrijo Budi Wibowo dan Juli, Murwani, 2013.: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kerajinan Kulit Pada Industri Kerajinan Kulit “Figha” Magetan, Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, Vol. 2 No. 2.
- Engel, James.F. 2013. Perilaku Konsumen. Jakarta. Bina Rupa Aksara.Hal. 3. Fandy, Tjiptono. 2014., Pemasaran Jasa, ANDI, Yogyakarta Fandy Tjiptono. 2015. Strategi Pemasaran, Edisi Ke-4, Andi, Yogyakarta.

- Ferdyanto, Fure, Joyce, Lopian dan Rita, Taroreh., 2015.,: Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen J.CO Manado, Jurnal EMBA, Vol. 3 No. 1.
- Handilla, Pratama, Irda S.E, M A dan Reni Yuliviona SE, M. M., 2016,: Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Word of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse, Ejournal Bunghatta, Vol. 6 No. 3.
- Iful, Anwar, dan Satrio, Budi, 2015,: Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Maxim Housewares), Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4 No. 12.
- Juhari, 2015: Analisis Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Bola Merek Adidas, Jurnal Bisnis Darmajaya, Vol. 1 No. 2.
- Junio, Andreti, Zhafira, H. Nabila, Akmal, S. Sheila and Kumar, Suresh., 2013.,: The Analysis of Product, Price, Place, Promotion and Service Quality on Customers Buying Decision of Convenience Store: A Survey of Young Adult in Bekasi, West Java, Indonesia, International Journal of Advances in Management and Economics, Vol. 3 No. 2.
- Kincade, H. Doris, and Jessie, H. Chen-Yu., 2012,: Effects of product quality and price at three stages of the proces consumer decision process for apparel products: alternative evaluation, purchase and post-purchase, Journal of Fashion Marketing and Management, Vol. 5 No. 1.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2014. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. 2016. Principle Of Marketing. 15th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2014. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Alih Bahasa Bob Sabran. Erlangga. Jakarta
- Malau, Harman. 2017. Manajemen Pemasaran, CV Alfabeta, Bandung.
- Malayu S. P. Hasibuan. 2016. Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah. Edisi Revisi. Bumi Aksara. Jakarta.
- Mila, Yuli Pratiwi., 2017.,: Pengaruh Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu 2Beat, Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 6 No. 7.
- Rambat Lopiyoadi. 2015. Manajemen Pemasaran jasa. Salemba Empat, Jakarta.
- Ratih Hurriyati. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas konsumen. Cetakan Keempat. New Jersey: Prentice-Hall.

- Robbins, P. Stephen Dan Mary Coulter. 2014. *Management*, Diterjemahkan Oleh Bob Sabran, Wibi Hardani. Erlangga, Jakarta.
- Samsul, Ramli, 2013., *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*, Visi media, Jakarta.
- Sarinah dan Mardalena. 2017. *Pengantar Manajemen* .CV. Budi Utama. Yogyakarta.
- Solomon, Michael. R., 2015, *Consumer Behaviour: Buying, Having and Being*. Pearson Education, Inc., New Jersey.
- Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, CV Alfabeta, Bandung.
- Suparyanto dan Rosad, 2014, *Manajemen Pemasaran*, IN MEDIA, Bogor.
- Yogi, Elka Diandra Ersa, Rheza, Alfatorry Syahrul dan Meliza, Putri Sari., 2017.,: *Analisis Pengaruh Lokasi, Store Design & Display, Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Pada Toko Sepatu Honesto Padang*, Jurnal Ilmiah STKIP PGRI Sumbar, Vol. 7 No. 2.

# 7. desy eka 163-175.pdf

---

ORIGINALITY REPORT

---

# 3%

SIMILARITY INDEX

---

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

---

EXCLUDE QUOTES ON

EXCLUDE SOURCES OFF

EXCLUDE BIBLIOGRAPHY ON

EXCLUDE MATCHES OFF