

Nomor Daftar: 023/S/KWU/R/25/VIII/2022

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar sarjana Bisnis  
(S.Bns) Program Kewirausahaan



**Muhammad Tajul Muttaqin**  
**1805449**

**PROGRAM STUDI S1-KEWIRAUSAHAAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
KAMPUS TASIKMALAYA  
2022**

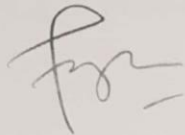
**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI**

Tasikmalaya, 18 Agustus 2022

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing:

Pembimbing I,



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd., CIPE.**  
NIP 920171219910820201

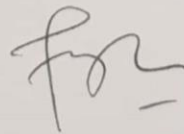
Pembimbing II,



**Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE.**  
NIP 920200119911219201

Diketahui:

Ketua Program Studi S1 Kewirausahaan,



**Azizah Fauziyah, S.Pd., M.Pd., CIPE.**  
NIP 920171219910820201

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Tajul Muttaqin

NIM : 1805449

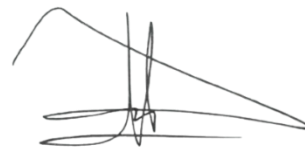
Program Studi : S1 Kewirausahaan

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN  
PADA SEPATU KYUNGMI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Sepatu Kyungmi” beserta seluruh isinya benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak menjiplak atau pun plagiat karya tulis orang lain atau mengutip dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Atas pernyataan ini saya menanggung resiko jika di kemudian hari ditemukan pelanggaran etika keilmuan atau klaim dari pihak lain atas keaslian penelitian ini.

Tasikmalaya, 17 Agustus 2022

Yang menyatakan,



Muhammad Tajul Muttaqin

1805449

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji kehadiran milik Allah SWT, dengan rasa syukur yang tak terhingga atas terselesaikannya skripsi ini :

1. Rektor Universitas Pendidikan Indonesia Prof Dr. M. Solehuddin, M.Pd.,M.A
2. Direktur Universitas Pendidikan Indonesia Kampus Tasikmalaya Prof.Dr. Nandang Rusmana, M.pd.
3. Ketua Program Studi Kewirausahaan Universitas Pendidikan Indonesia Ibu Azizah Fauziyah, S.pd., Mpd.
4. Pembimbing I, Ibu Azizah Fauziyah, S.pd., Mpd., CIPE. yang dari awal sempro hingga sampai akhir skripsi yang telah mengarahkan saya hingga bisa menyelesaikan tugas akhir.
5. Pembimbing II, Ibu Mira Nurfitriya, S.Pd., M.Sc., CIPE. yang selalu memberikan arahan yang terbaik dalam menyelesaikan tugas akhir saya.
6. Bapak dan Ibu pengajar, dosen, serta seluruh staff di lingkungan Universitas Pendidikan Indonesia.
7. Orang tua yang saya banggakan dan cintai Bapak H. Ajang Misbahudin dan HJ. Cucu Susilawati.
8. Kaka dan Adik saya Imammul Muttaqin, Bima Waluya Al-Muttaqin, dan Muhammad Adnan Jamil.
9. Pendiri Kyungmi Muhammad Alghiffari Anwar S.H dan seluruh anggotanya.
10. Partner saya Alya Khalisha dan Sherly Ismaya Dewi yang telah membantu dan memberikan dukungan pada proses penelitian.
11. Teman-teman seperjuangan saya yang telah membantu dan memberikan dukungan pada proses penelitian.
12. Ibu dan bapak kos Wisma Family yang telah memberikan tempat dalam mengerjakan skripsi.
13. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, saya ucapkan terima kasih banyak.

Muhammad Tajul Muttaqin, 2022.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI.**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI**

Muhammad Tajul Muttaqin<sup>1</sup>, Azizah Fauziyah<sup>2</sup>, Mira Nurfitriya<sup>3</sup>

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk sepatu Kyungmi. Objek pada penelitian ini adalah Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) sepatu Kyungmi merupakan sebuah *brand* yang memproduksi sepatu dan sandal khusus wanita yang berlokasi di Babakan Madang, Kabupaten Bogor, Jawa Barat, Indonesia. Pada penelitian ini menggunakan tiga variabel untuk melakukan uji pengaruh, terdapat dua variabel bebas pada penelitian ini yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan satu variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi masalah pada perusahaan Kyungmi. Adapun sumber data yang digunakan pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder, data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden dengan pengisian kuesioner menggunakan *google form* yang disebarakan pada konsumen Kyungmi, sedangkan data sekunder berasal dari studi literatur berupa jurnal, buku dan data internal perusahaan Kyungmi. Penelitian ini diikuti 95 responden yang didapat dari konsumen Kyungmi. Hasil dari penelitian ini adalah sebesar 48% kualitas produk dan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada sepatu Kyungmi. Hasil dari penelitian ini dapat diketahui dari hasil kualitas produk (X1) Beta .262 dan Harga (X2) Beta .533 dan uji regresi linier berganda dengan hasil (*Contans*) 6.471 dan R square .480.

**Kata kunci** : Kualitas produk, harga, Keputusan Pembelian, Kyungmi.

# **THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS ON KYUNGMI SHOES**

Muhammad Tajul Muttaqin<sup>1</sup>, Azizah Fauziyah<sup>2</sup>, Mira Nurfitiya<sup>3</sup>

## **ABSTRACT**

*This study aims to determine the effect of product quality and price on consumer purchasing decisions on Kyungmi shoe products. The object of this research is Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) Kyungmi shoes is a brand that produces shoes and sandals specifically for women located in Babakan Madang, Bogor Regency, West Java, Indonesia. In this study using three variables to test the effect, there are two independent variables in this study, namely product quality (X1), price (X2) and one dependent variable, namely purchasing decisions (Y). This research was conducted with quantitative methods, data collection in this study was carried out by observing problems at Kyungmi's company. The sources of data used in this study are primary and secondary data, primary data is data obtained directly from respondents by filling out questionnaires using google forms which are distributed to Kyungmi consumers, while secondary data comes from literature studies in the form of journals, books and internal data of Kyungmi's company. This study was followed by 95 respondents obtained from Kyungmi consumers. The results of this study are 48% product quality and price have a positive effect on consumer purchasing decisions on Kyungmi shoes. The results of this study can be seen from the results of product quality (X1) Beta .262 and Price (X2) Beta .533 and multiple linear regression with results (Contans) 6.471 and R square .480.*

**Keywords:** Product quality, price, Purchase Decision, Kyungmi.

## **KATA PENGANTAR**

Puja dan puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI”**. Solawat beserta salam semoga tercurahkan kepada Nabi kita semua Muhammad SAW, beserta keluarga, sahabat dan umatnya hingga akhir zaman.

Penulisan skripsi ini memiliki tujuan dan alasan utama sebagai syarat untuk memenuhi persyaratan untuk mengikuti ujian sidang skripsi pada program studi kewirausahaan di Universitas Pendidikan Indonesia. Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah berjasa pada keberhasilan penyusunan skripsi ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis senantiasa mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga skripsi ini dapat membantu dan bisa digunakan sebagai sumber referensi bagi semua pihak yang membutuhkan khususnya di bidang kewirausahaan.

Tasikmalaya, 17 Agustus 2022

Muhammad Tajul Muttaqin  
1805449

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
DAFTAR ISI.....	65
DAFTAR TABEL.....	67
DAFTAR GAMBAR .....	68
DAFTAR LAMPIRAN.....	69
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	7
2.1 Kajian Pustaka.....	7
2.1.1 Keputusan Pembelian .....	7
2.1.2 Konsep Kualitas Produk .....	12
2.1.3 Konsep Harga .....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	17
2.3 Kerangka Pemikiran .....	23
2.4 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Objek Penelitian .....	26
3.2 Metode dan Desain Penelitian.....	27
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	29
3.4 Sumber Data .....	31
3.5 Alat Pengumpulan Data.....	31
3.6 Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	32
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	33
3.8 Teknik Analisis Data .....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	40



4.1	Gambaran Objek Penelitian.....	40
4.1.1	Uji Instrumen Penelitian .....	41
4.1.2	Gambaran Umum.....	43
4.1.3	Uji Asumsi Klasik.....	47
4.1.4	Uji Hipotesis .....	50
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian.....	53
4.2.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian .....	53
4.2.2	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian .....	55
4.2.3	Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	57
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....		59
5.1	Simpulan.....	59
5.2	Implikasi .....	60
5.3	Saran .....	60
DAFTAR PUSTAKA .....		70
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....		62
RIWAYAT HIDUP.....		86

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel .....	29
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	32
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Objek Konsumen Sepatu Kyungmi .....	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validasi .....	41
Tabel 4. 3 Hasil Uji Realibilitas .....	42
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Statistik Kualitas Produk .....	43
Tabel 4. 5 Tabel kategori Kualitas Produk .....	44
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Statistik Harga .....	45
Tabel 4. 7 Tabel kategori Harga .....	45
Tabel 4. 8 Deskripsi Data Statistik Keputusan pembelian .....	46
Tabel 4. 9 Deskripsi Data Statistik Keputusan pembelian .....	46
Tabel 4. 10 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov .....	47
Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas .....	49
Tabel 4. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	50
Tabel 4. 14 Hasil Uji t .....	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji F .....	52
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	53

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Penjualan Produk Kyungmi Shoes 2021 .....	2
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran.....	23
Gambar 2. 2 Hubungan Variabel .....	25
Gambar 3. 1 Desain Penelitian.....	28
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas Histogram.....	48
Gambar 4. 2 Hasil Uji Normalitas P-Plot.....	48

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	62
Lampiran 2 Uji Validitas.....	68
Lampiran 3 Uji Realibilitas.....	76
Lampiran 4 Uji Normalitas.....	77
Lampiran 5 Histogram.....	78
Lampiran 6 P-P Plot.....	79
Lampiran 7 Uji Multikolinearitas.....	80
Lampiran 8 Uji Heterokedesitas.....	81
Lampiran 9 Uji t.....	82
Lampiran 10 Uji f.....	83
Lampiran 11 Uji Regresi Linier Berganda.....	84
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi.....	85

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriliyani, Y., Alam, A. S., & Sulistiawan, R. S. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tomat Di Pasar Muka Cianjur. *Jurnal Administrasi Bisnis (JUBIS)*, 1(2), 73. <https://doi.org/10.35194/jubis.v1i2.1935>
- Arianto, N., & Giovanni. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 153–168. <https://doi.org/10.35508/jom.v14i2.4747>
- Arianty, N. (2015). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HANDPHONE SAMSUNG. *Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 56–68. <https://doi.org/10.55208/bistek.v14i2.231>
- Dharmesta, B. S., & Hani Handoko, T. (1997). *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta, BPFE.
- Donni Juni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung, Alfabeta.
- Erdawati, E., Asraf, A., Elondri, E., & Yuliza, M. (2021). Study of Product Quality Aspects, Prices and Halal Labels on the Purchase Decision of Hpai Herbal Products. *International Journal of ...*, 5(4). <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR/article/view/3634>
- Firmansyah, M. A. (2018). *PERILAKU KONSUMEN* (E. R. Fadilah (ed.)).
- Fure, H. (2013). LOKASI, KEBERAGAMAN PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN PENGARUHNYA TERHADAP MINAT BELI PADA PASAR TRADISIONAL BERSEHATI CALACA. *Jurnal EMBA*, 1(3), 273–283. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/2023/1609>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9* (Undip (ed.); 9th ed.).
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 1(1), 31–48.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(134), 31–38.
- Haryoko, U. B., & Febriyanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Online Shop Bebenito Group Tangerang Selatan. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 3(1), 78–95. <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/DRB/article/view/4291/3223>

Muhammad Tajul Muttaqin, 2022.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI.**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Igir, F. G., Tampi, J. R. E., & Taroreh, H. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 6(2), 86–96.
- Irawan, D., Japariato, E., & L. (2013). PERILAKU KONSUMEN. In *JURNAL MANAJEMEN PEMASARAN* (Vol. 1, Issue 2). 1-8
- Joshua, D., & Padmalia, M. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Entrepreneurship*, 5(1). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075> 27-32
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ( Studi Kasus di Billionaire Store Bandung ). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–8. <https://ejurnal.poltekpos.ac.id/index.php/promark/article/download/731/549>
- Kbbi, K. B. B. I. (2016). *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (KBBI). Kementerian Pendidikan Dan Budaya.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019a). *Prinsip-prinsip pemasaran* (S. E. Adi Maulana, S. E. Devri Barnadi, & W. H. M.M. (eds.); 12 Jilid 1). Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2019b). *Prinsip-prinsip pemasaran* (S. E. Adi Maulana, S. E. Devri Barnadi, & W. H. M.M. (eds.); 12 Jilid 2). Jakarta, Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020a). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & S. S. Yayat Sri Hayati (eds.); 13 Jilid 1). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020b). *Manajemen Pemasaran* (S. E. Adi Maulana & S. S. Yayat Sri Hayati (eds.); 13 Jilid 2). Jakarta, Erlangga.
- Limakrisna, Nandan, & Susilo, W. H. (2012). *Manajemen pemasaran : teori dan aplikasi dalam bisnis* (1st ed.). Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Lubis, A. A. (2015). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SURAT KABAR PADA PT. SUARA BARISAN HIJAU HARIAN ORBIT MEDAN. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(02), 1–11. <http://jurnal.umsu.ac.id>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (D. A. Halim (ed.); 3rd ed.). Jakarta: Salemba Empat.
- M. P Yuliani, & N. Suarmanayasa. (2021). Pengaruh Harga Dan Online Consumer Review terhadap Keputusan Pembelian Produk pada Marketplace Tokopedia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(2), 146–154.
- Muhtarom, A., & Syahrizal, M. T. (2018). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SURYA (Studi Kasus pada Konsumen Rokok Surya di UNISLA). *Jurnal Akuntansi*, 3(1), 615. <https://doi.org/10.30736/jpensi.v3i1.128>

Muhammad Tajul Muttaqin, 2022.

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARHA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA SEPATU KYUNGMI.**

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

- Muliasari, D. (2019). The Effect of Product Price and Product Quality on Purchasing Decisions for Samsung *Brand* Handphones Among Stie Aas Surakarta Students. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 3(04). <https://doi.org/10.29040/ijebar.v3i04.805>
- Oktavenia, K. A. R., & Sri, A. A. K. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Dengan Citra Merek Sebagai Pemediiasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1374. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2019.v08.i03.p08>
- Prawira, B., & Yasa, N. N. K. (2012). PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG DI KOTA DENPASAR. *Ekonomi Dan Bisnis*, 3642–3658.
- Prof. Dr. Thamrin Abdullah, M.M., M. P., & Dr. Francis Tantri, S.E., M. M. (2019). *Manajemen pemasaran* (7th ed.). Depok: PT RajaGrafindo Persada.
- Purnama, N. I., & Rialdu, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.30596/snk.v1i1.3595>
- Putranto, A. T., & Qiyanto, A. (2020). PENGARUH HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TRANSAKSI E- PULSA ( STUDI KASUS DI INDOMARET SUDIRMAN TANGERANG ) Agung. *JURNAL DISRUPSI BISNIS*, 3(2), 1. <https://doi.org/10.32493/dr.v3i2.6292>
- Putri, A. L., & Ferdinand, A. T. (2016). ANALISIS PENGARUH CITRA TOKO DAN HARGA KOMPETITIF TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO H.A LAURY DI SEMARANG Adriana. *Diponegoro Journal of Management*, 5(3), 1–13. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Reinaldo, I., & Chandra, S. (2020). The Influence of Product Quality, *Brand Image*, and Price on Purchase Decision at CV Sarana Berkat Pekanbaru. *Journal of Applied Business and Technology*, 1(2), 137–150. [www.e-jabt.org](http://www.e-jabt.org)
- Sahara, N. I., & Prakoso, F. A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 2–11. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/> ISSN:

- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jimea*, 5(3), 106–113.  
[http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS KOMPARATIF PENGUKURAN KINERJA ENTITAS SYARIAH DENGAN BALANCE SCORECARD DAN MASLAHAH SCORECARD](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=ANALISIS%20KOMPARATIF%20PENGUKURAN%20KINERJA%20ENTITAS%20SYARIAH%20DENGAN%20BALANCE%20SCORECARD%20DAN%20MASLAHAH%20SCORECARD)
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (M. P. Setiyawami, SH. (ed.); 1st ed.). Bandung, ALFABETA CV.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran : Prinsip & Penerapan* (A. Diana (ed.)). Yogyakarta, Andi.
- Tunis, A. J., & Martina, S. (2016). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI THE SECRET FACTORY OUTLET. *Jurnal Pariwisata*, III(1), 60–72. <https://doi.org/2355-6587>
- Umar Bakti, H., & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi*, 22(1), 18. <https://doi.org/2621-8925>
- Wahyuni, S., & Ginting, M. (2017). The Impact of Product Quality, Price and Distribution on Purchasing Decision on the Astra Motor Products in Jakarta. *Arthatama Journal of Business Management and Accounting*, 1(1), 18–26.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). PENGARUH PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI MORNING BAKERY BATAM. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2). <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>