



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sate Kambing Muda “Mba Ita” di Sukoharjo

Annasya Al Sadhilla

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Berta Berlianda

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Rayhan Gunaningrat

Universitas Duta Bangsa Surakarta

Alamat: Universitas Duta Bangsa Surakarta

Email : annasyaalsadhilla27@gmail.com

Abstract. The increasingly rapid economic development has given rise to intense competition in the business world, a type of culinary business that offers food products that use goat meat as the main ingredient. This research was carried out with the aim of finding out how much influence product quality and price have on purchasing decisions. Researchers use quantitative research, survey research methods, descriptive analysis. The results of testing the validity of variable data using SPSS are as follows. The Sig0 value of the KMO and Bartlet's numbers is 224,576 with a significance value of 0.000. N100 based on the output it is known that the significance value of Asymp. Product quality and price simultaneously influence purchasing decisions for Sate Kambing Muda Mba Ita in Sukoharjo.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

Abstrak. Perkembangan ekonomi yang semakin pesat menimbulkan persaingan yang ketat dalam dunia bisnis, jenis usaha kuliner yang menawarkan produk makanan yang menggunakan bahan utama daging kambing. Dilakukan penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap Keputusan pembelian. Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif, metode penelitian survei, analisis deskriptif. Hasil pengujian validitas data variabel menggunakan SPSS sebagai berikut. Nilai Sig0 angka KMO dan Bartlet's sebesar 224.576 dengan nilai signifikansi 0,000. N100 berdasarkan output tersebut diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian pada Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian.

LATAR BELAKANG

Perkembangan perekonomian yang semakin pesat saat ini, menimbulkan persaingan yang ketat pula dalam dunia bisnis. Kondisi saat ini sudah banyak UMKM yang bermunculan yang khususnya dalam industri kuliner dengan beragam menu makanan yang dibuat yang memiliki kualitas yang tidak kalah saing. Hal demikian membuat pesaing antar UMKM pun semakin ketat, hal ini dapat dilihat dari persaingan harga dan persaingan dalam membuat produk makanan baru dengan kualitas yang sama baik pula yang secara tidak langsung akan membingungkan konsumen dalam menentukan pilihan untuk membeli produk tersebut. Sehingga UMKM Sate Kambing Muda Mba Ita mampu memberikan produk yang berkualitas dan memiliki strategi untuk menarik simpati calon pembeli.

Sate Kambing Muda Mba Ita ini berdiri sejak tahun 2017. Usaha yang bergerak dibidang kuliner yaitu sate kambing muda. Sate Kambing Muda Mba Ita ini tereletak di Ngruki, Cemani, Kecamatan Grogol, Kabupaten Sukoharjo. Adapun pesaing dari Sate kambing Muda Mba Ita diantaranya Sate Kambing Bang Tigor, Sate Kambing SK, Sate Kambing Bengawan.

Sate Kambing Muda Mba Ita memiliki kualitas produk yang baik, selain itu banyak juga pesaing serupa yang menjual sate kambing muda dengan kualitas produk yang unggul dan menyediakan keberagaman produk. Harga dalam pembelian dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan Sate Kambing Muda Mba Ita ini sangat terjangkau dengan memberikan harga paketan dari tujuh belas ribu rupiah hingga tiga puluh ribu rupiah saja. Dengan harga yang sangat terjangkau pastinya kualitas produk yang diberikan tidak murahan, dan mampu bersaing dengan olahan kambing lainnya.

Sate Kambing Muda Mba Ita dengan kualitas produk dan harga mampu bersaing dan berkembang seperti usaha sate kambing muda lainnya. Hal ini dapat mempengaruhi para calon konsumen untuk membuat suatu keputusan pembelian. Sate Kambing Muda Mba Ita mengandalkan kualitas produk yang enak dan memberikan harga dari olahan kambing yang murah.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Keller dalam (Dewi, 2017) kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan kegunaannya yang Dimana terdapat ketahanan produk, keunggulan, ketepatan dan kemudahan dalam proses pembuatan produk. Indikator dari kualitas produk yaitu bentuk,ciri-ciri produk, kinerja, ketahanan, kehandalan, kesesuaian.

Harga

Menurut (Pranata et al., 2022) harga merupakan salah satu variabel terpenting dalam negosiasi, karena dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk karena berbagai alasan. Persaingan harga yang rendah atau murah dapat menimbulkan persaingan yang terus menerus untuk meningkatkan suatu pemasaran. Indikator harga yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga.

Keputusan Pembelian

Menurut (Mukrima, 2017) keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dimiliki konsumen untuk membeli suatu produk.Ketika konsumen membuat keputusan untuk membeli suatu produk atau jasa, mereka biasanya mempertimbangkan kualitas, harga, dan produk yang

sudah dikenal masyarakat. Indikator Keputusan pembelian yaitu kemantapan sebuah produk, kebiasaan dalam membeli sebuah produk, kecepatan dalam membeli sebuah produk.

Hipotesis Penelitian

Menurut penelitian (Aghitsni & Busyra, 2022) hasil dari penelitian tentang pengaruh yang ditunjukkan variabel bebas Kualitas Produk terhadap 67,7% variabel terikat Keputusan Pembelian, dan 32,3% sisanya dipengaruhi oleh variabel luar penelitian. Berdasarkan penelitian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa :

H1: Keputusan pembelian yang signifikan dipengaruhi oleh kualitas produk pada Sate Kambing Mba Muda Ita di Sukoharjo.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Susilowati & Utari, 2022) Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian di Apotik Mama Kota Depok. Hasil analisis menunjukkan bahwa ada hubungan positif yang sangat kuat antara variabel harga dan keputusan pembelian di Apotik Mama Kota Depok, dan bahwa variabel harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa:

H2: Keputusan pembelian dipengaruhi secara signifikan oleh harga pada Sate Kambing Mba Ita di Sukoharjo.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Novel at al., (2022) menunjukkan bahwa baik kualitas produk maupun harga memengaruhi keputusan pembelian. Kedua faktor ini juga memengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan. Berdasarkan penelitian diatas, penulis menarik kesimpulan bahwa:

H3: Kualitas Produk dan Harga Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini desain penelitian ini menggunakan desain penelitian survey yaitu penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut.

Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen Sate Kambing Muda Mba Ita Sukoharjo yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Sehingga menggunakan sampel dengan rumus *roscoe* dan diperoleh sampel sebesar 100 responden.

Teknik mengumpulkan data yang dipakai dalam penelitian ini adalah pembagian kuesioner kepada konsumen Sate Kambing Muda yang bertujuan untuk mengumpulkan data tentang kualitas dan harga produk untuk memengaruhi keputusan pembelian pada Sate Kambing Muda

Mba Ita di Sukoharjo. Pengujian ini menggunakan skala likert 1-5.

Teknik Analisa data dalam penelitian ini yaitu Uji Instrumen Data : Uji Validitas, Uji Reliabilitas dan Faktor Analisis. Uji Asumsi Klasik : Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Autokorelasi. Uji Hipotesis : Analisis Regresi Linear Berganda, Uji t (parsial), Uji f (simultan), koefisien determinasi (r^2)

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Item Pertanyaan		R hitung	R tabel	Sig (2-tailed)	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,898	0,1966	0,000	Valid
	X1.2	0,692		0,000	Valid
	X1.3	0,908		0,000	Valid
	X1.4	0,724		0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,915	0,1966	0,000	Valid
	X2.2	0,916		0,000	Valid
	X2.3	0,792		0,000	Valid
	X2.4	0,809		0,000	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Y1.1	0,883	0,1966	0,000	Valid
	Y1.2	0,872		0,000	Valid
	Y1.3	0,775		0,000	Valid
	Y1.4	0,664		0,000	Valid

Hasil pengujian validitas data variable tersebut dengan menggunakan SPSS sebagai berikut. Data dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$, dimana $df = (n-2)$ atau $(100-2) = 98$ dan $\alpha < 0,05$ sehingga diperoleh r tabel 0,1966. Berdasarkan tabel diatas korelasi item-item pernyatan berdasarkan masing-masing variable yang mempunyai r -hitung lebih besar dari r -tabel dan nilai signifikansi $< 0,05$ merupakan pernyataan valid dalam penelitian.

b) Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Kriteria	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,818	Cronbach's alpha $> 0,70$	Reliabel
Harga (X2)	0,882		Reliabel
Keputusan Pembelian(Y)	0,815		Reliabel

Berdasarkan tabel diatas uji reliabilitas dapat dinyatakan reliabel jika Cronbach's alpha $> 0,60$ maka dapat dikatakan reliabel.

c) Faktor Analis

Measure of sampling adequacy	0.784
Bartlett's	1534.906
Nilai Sig	0.000

Pada tabel KMO dan bartlett's test diatas terlihat angka KMO *Measure of sampling Adequacy* (MSA) adalah $0,711 > 0,5$. Hal ini menunjukan kecukupan dari sampel. Angka KMO dan Bartlet's sebesar 224.576 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukan bahwa adanya korelasi antar variable dan layak untuk proses lebih lanjut.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.95322511
Most Extreme Differences	Absolute	.068
	Positive	.068
	Negative	-.067
Test Statistic		.068
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Berdasarkan table output diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,200 < 0,05$. Maka sesuai dengan dasar pengambilan Keputusan dalam uji normalitas Kolmogorov-smirnov dapat disimpulkan bahwa data berdisstribusi normal. Dengan demikian, asumsi atau persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

b) Uji Multikolineritas

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Kualitas Produk (X1)	0.270	3.705	Tidak terjadi multikolinieritas
Harga (X2)	0.270	3.705	Tidak terjadi multikolinieritas

Hasil dari uji multikolinieritas diketahui bahwa nilai *tolerance value* > dari 0,10 dan VIF < 10, berati diantara variable independe dalam penelitian ini tidak terjadi hubungan satu sama lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

c) Uji Heterokedastisitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.834	.612		2.997	.003
	TOTALX1	-.038	.082	-.091	-.464	.644
	TOTALX2	.015	.087	.033	.170	.865

Hasil uji heteroskedastisitas dengan uji glejser maka melihat tabel output coefficients dengan variabel Abs_RES berperan sebagai variabel dependen. Berdasarkan output diatas diketahui nilai signifikansi (sig) untuk variabel X1 (Kualitas Produk) adalah $0,719 > 0,05$. untuk variabel X2 (Harga) adalah $0,922 > 0,05$ maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

d) Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.692a	.479	.468	1.95638	1.667

Durbin Watson :

$N = 100$

$K = 2$ (variabel dependen)

$D_U = 1,634$

$D_U = 1,715$

Nilai Durbin Watson = $1,667 < (d_U)$ yakni $1,634$ dan kurang dari $(4-d_U)$ $4-1,715 = 2,285$. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin Watson diatas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah/gejala autokorelasi.

3. Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	4,102	1,028		3,990	,000
	X1	,517	,138	,529	3,748	,000
	X2	,188	,145	,183	1,297	,198

Tabel diatas memberikan informasi tentang persamaan regresi dan ada tidaknya pengaruh varibael kualitas produk dan variable harga secara parsial (sendiri-sendiri) terhadap variable keputusan pembelian. Adapun rumus persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu :

$$Y = a + b_1 x_1 + b_2 x_2 \text{ atau } Y = 4,102 + 0,517 + 0,188$$

Dengan persamaan regresi linear berganda diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Nilai constant (a) sebesar 4,102 memiliki nilai posotif sebesar 4,102 tanda positif artinya pengaruh yang searah antara variable independent dan variable dependen. Hal ini menunjukan bahwa jika semua variable independen yang meliputi kualitas produk (X1) dan harga (X2) bernilai 0 persen atau tidak mengalami perubahan.

- 2) Nilai koefisien regresi untuk variable Kualitas Produk (X1) memiliki nilai positif sebesar 0,517 artinya semakin meningkatnya kualitas produk maka semakin meningkat juga keputusan pembelian sebesar 0,527 dengan asumsi variable lainnya konstan.
- 3) Nilai koefisien regresi untuk variable Harga (X2) memiliki nilai positif sebesar 0,188 artinya semakin meningkatnya harga maka semakin juga Keputusan pembelian sebesar 0,188 dengan asumsi variabel lainnya konstan.

b) Uji t

Model	t-hitung	Sig	
(Constant)	3,990	0,000	
X1	3,748	0,000	<0,05
X2	1,297	0,198	

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dijelaskan sebagai berikut :

1) Kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Nilai signifikansi (Sig) < 0,05 maka kualitas produk (X1) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) atau hipotesis diterima.

2) Harga terhadap Keputusan pembelian

Nilai signifikansi (Sig) > 0,05 maka harga (X2) tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) atau hipotesis ditolak.

c) Uji f

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	340,850	2	170,425	44,527	.000 ^b
	Residual	371,260	97	3,827		
	Total	712,110	99			

Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa :

Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) diketahui nilai Sig sebesar 0,000 karena nilai Sig $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y).

Berdasarkan perbandingan nilai F hitung dengan F tabel diketahui nilai F hitung adalah sebesar 44,527 karena nilai F hitung $44,527 > F$ tabel 3.090 maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian (Y).

e) Koefisien determinasi (r^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	,479	,468	1,95638

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi atau R square sebesar 0,479. Nilai R square 0,479 ini berasal dari pengkuadratan korelasi yaitu $0,692 \times 0,692 = 0,479$. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0,479 atau sama dengan 47,9% artinya bahwa variable kualitas produk (X1) dan variable harga (X2) secara simultan berpengaruh terhadap variable Keputusan pembelian (Y). sedangkan sisanya ($100\% - 47,9\% = 37,9\%$) dipengaruhi oleh variable lain diluar persamaan regresi ini atau variable yang tidak diteliti.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Kualitas Produk dan Harga pada Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo dapat disimpulkan bahwa :

1. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo.
2. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian pada Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo.
3. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian pada Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka saran yang dapat diberikan yaitu :

1. Untuk peneliti selanjutnya perlu mengembangkan penelitian ini dengan melakukan penelitian variabel yang berbeda seperti promosi, citra merek dan sebagainya.
2. Dalam mempertahankan Keputusan pembelian pihak Resto Sate Kambing Muda Mba Ita di Sukoharjo pastikan selalu memperhatikan kualitas produknya karena kosumen pastinya akan menilai langsung bagaimana kualitas produk saat disajika untuk harga pastinya selalu memiliki kesesuaian harga dalam kualitas produknya.

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT dengan terselesaikannya karya ilmiah ini penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak yang telah berkontribusi terhadap penelitian ini yang sudah terlaksanakan.

DAFTAR REFERENSI

- Adhitama, M. H., & Sukardi, S. (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Warung Sate Klatak Pak Pong Bantul). *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 8(2), 207. <https://doi.org/10.12928/fokus.v8i2.1591>
- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Aji, A. R. B. (2015). Peningkatan Keterampilan Menulis Teks Eksposisi Melalui Model Pembelajaran Memberi dan Menerima Pada Siswa Kelas VII E SMP Negeri 5 Wates Kabupaten Kulon Progo DIY. *Universitas Negeri Yogyakarta*, 53(5), 1–163.
- Dengan, M., & Faktor, A. (2013). *Destiara Rahma Diva*, 2018.
- Dewi, M. (2017). Perbedaan Kualitas Produk dan Harga Terhadap Sepatu Merek Nike dan Adidas Di Bandar Lampung. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 11–21.
- Engel. (2014). Analisis Liner Berganda. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*, 25–41.
- Ernawati, R. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada Situs E-commerce Zalora di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (BMAJ)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/bmaj.v4i2.6663>
- Fitria. (2016). Fitria. (2013).. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Hanso, B. (2016). Pengaruh Harga Terhadap Penjualan Sepeda Motor Honda PT Indako Trading Coy. *Perpustakaan Pancabudi*, 4(2016), 1–23.
- Iii, B. A. B., & Penelitian, V. (2006). B.131.15.0018-06-Bab-Iii-20190219055142. 29–41.
- Iwan Sahara, N., & Adi Prakoso, F. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Lazada (Studi di Wilayah Jakarta Selatan). *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi (KNEMA)*, 1177, 1–11.
- Muhamad, H. (2019). Metodologi Penelitian. 34–44.
- Nuriefandi, A. (2019). Pengaruh Karakteristik Generasi Y Terhadap Loyalitas Karyawan Pt. Telekomunikasi Indonesia Witel Tasikmalaya. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Pranata, I. Y. I., Wahab, Z., Widiyanti, M., & Rosa, A. (2022). Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Lazada Indonesia. *The Manager Review*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.33369/tmr.v4i1.20328>

- PUTRI, F. A. (2022). PENGARUH INVESTASI TERHADAP KINERJA KEUANGAN PERUSAHAAN DAN FINANCIAL DISTRESS PADA PERUSAHAAN ASURANSI JIWA Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. Universitas Pendidikan Indonesia.
- Rachman, T. (2018). Penelitian Kualitatif, Jenis Data. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Richard Oliver. (2021). Analisis Penyelesaian Pembiayaan Bermasalah Produk Pembiayaan Bermasalah di BMT Amanah Kabupaten Brebes. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2013–2015.
- Sinda Shalsabilla Hikmawan. (2022). PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMECAHAN MASALAH MATEMATIS DAN MINAT BELAJAR MATEMATIKA SISWA SMA MELALUI PROJECT-BASED LEARNING MODEL DENGAN PENDEKATAN STEAM (PjBL-STEAM). *PENINGKATAN KEMAMPUAN PEMECAHAN MASALAH MATEMATIS DAN MINAT BELAJAR MATEMATIKA SISWA SMA MELALUI PROJECT-BASED LEARNING MODEL DENGAN PENDEKATAN STEAM (PjBL-STEAM)*, 32–48.
- Sukardi. (2022). Korelasi Prestasi Akademik dan Prestasi Olahraga Pada Student-Athlete di Universitas Pendidikan Indonesia. *Jurnal Universitas Pendidikan Indonesia*.
- Susilowati, I. H., & Utari, S. C. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Apotik MAMA Kota Depok. *Jurnal Ecodemica Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 6(1), 134–140. <https://doi.org/10.31294/eco.v6i1.12806>
- Syifa S Mukrima. (2017). Tinjauan Pustaka Tinjauan Pustaka. Convention Center Di Kota Tegal, 2017, 6–32.
- Tâm, T., Và, N. C. Ú U., Giao, C. È N., Ngh, C., & Chu, Å N B Ù I. (2016). 濟無No Title No Title No Title. 01, 1–23.
- Triyono. (2018). Teknik Sampling Dalam Penelitian Sosial. Lokakarya Penelitian Sosial Fakultas Adab IAIN Suka Yogyakarta, XI(March), 2–9. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.19674.24003>
- Wahyudi, & Yusuf, I. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Nilai Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Ud Tirta Jaya Usaha. *Manajemen Pemasaran*, 1–27.