

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN TEMPAT
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS MEDIUM DAN
PREMIUM DI PASARCIPANAS KECAMATAN CIPANAS
KABUPATEN CIANJUR**

***THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE, AND PLACE
ON THE DECISION TO PURCHASE MEDIUM AND PREMIUM
RICE AT THE CIPANAS MARKET, CIPANAS DISTRICT, CIANJUR
DISTRICT***

Oleh:

Riri Rohmatul Farida¹, Hanisa Sismaya Lestari² Ahmad Nur Rizal Paris³

hanisasismaya@unsur.ac.id

^{1,2,3}Universitas Suryakencana

Masuk: 14 Mei 2024	Penerimaan: 14 Mei 2024	Publikasi: 19 Juni 2024
--------------------	-------------------------	-------------------------

ABSTRAK

Beras merupakan barang kebutuhan pokok hasil pertanian yang dikonsumsi oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, oleh karena itu pemerintah berkewajiban untuk menjaga pasokan dan stabilitas harga beras. Berdasarkan peraturan menteri pertanian Republik Indonesia No. 31/PERMENTAN/PP.130/8/2017 menyatakan bahwa beras dibedakan berdasarkan kelas mutuberas yang terdiri dari kelas medium dan premium, adapun beras kelas medium memiliki kualitas di bawah beras kelas premium dengan kata lain beras premium memiliki kualitas yang lebih baik daripada beras medium. Penelitian ini dilaksanakan di Pasar Cipanas, kecamatan Cipanas-Cianjur dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian beras medium dan premium. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen beras di Pasar Cipanas. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 65 orang konsumen, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan accidental sampling yaitu dengan mencari konsumen yang kebetulan sedang atau pernah membeli beras di Pasar Cipanas. Hasil pengolahan data menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan tempat memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian beras dan pengaruhnya signifikan. Adapun berdasarkan pengujian hipotesis secara parsial (Uji t) variabel kualitas produk, harga, dan tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras dengan perolehan hasil masing-masing nilai t hitung $3.101 > t$ tabel 1.996 dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,050$, hasil t hitung $2.148 > t$ tabel 1.996 dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,050$, dan hasil t hitung $2.273 > t$ tabel 1.996 dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,050$.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Rice is a staple agricultural product consumed by most Indonesians, therefore the government is obliged to maintain the supply and price stability of rice. Based on the regulation of the Minister of Agriculture of the Republic of Indonesia No. 31/PERMENTAN/PP.130/8/2017 states that rice is distinguished based on the quality class of rice consisting of medium and premium classes, while medium class rice has a quality below premium class rice in other words premium rice has a better quality than medium rice. This research was conducted at Cipanas Market, Cipanas-Cianjur sub-district with the aim of knowing the effect of product quality, price, and place on purchasing decisions for medium and premium rice. The population in this study were all rice consumers in Cipanas Market. The sample in this study amounted to 65 consumers, with the sampling technique using accidental sampling, namely by looking for consumers who happened to be or had bought rice at the Cipanas Market. The results of data processing show that product quality, price, and place have a simultaneous or joint influence on the dependent variable, namely the rice purchase decision and the effect is significant. As for partial hypothesis testing (t test), the variables of product quality, price, and place have a positive and significant influence on rice purchasing decisions with the acquisition of the results of each t count value $3.101 > t \text{ table } 1.996$ with a significance value of $0.003 < 0.050$, the results of t count $2.148 > t \text{ table } 1.996$ with a significance value of $0.036 < 0.050$, and the results of t count $2.273 > t \text{ table } 1.996$ with a significance value of $0.027 < 0.050$.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Masyarakat Indonesia masih sangat bergantung terhadap hasil pertanian dalam memenuhi kebutuhan pangannya, mereka menjadikan beras, jagung, kedelai, gandum dan kentang sebagai makanan pokok namun sebagian besar masyarakat Indonesia memilih mengkonsumsi beras yang diolah menjadi nasi sebagai makanan pokok, sehingga kebutuhan untuk mengkonsumsi beras bagi masyarakat Indonesia sangat tinggi. Hal ini yang menjadikan besarnya potensi bagi para petani gabah dan produsen beras untuk dapat mengembangkan usahanya di Indonesia (Rohman, 2018).

Pangan merupakan kebutuhan dasar manusia yang paling utama. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia No.7 Tahun 1996 tentang Pangan, pangan merupakan hak asasi setiap masyarakat di Indonesia. Oleh karena itu, pangan merupakan kebutuhan mutlak manusia dalam rangka memenuhi kebutuhan konsumsi, adapun dalam memenuhi kebutuhan tersebut akan menimbulkan jumlah permintaan yang besar dan akan menimbulkan beberapa pertimbangan dalam pemenuhan kebutuhan tersebut sehingga hal ini menimbulkan banyaknya sektor usaha atau industri beras yang bermunculan dengan menghadirkan berbagai macam pilihan mulai dari jenis, harga, dan merk beras tertentu guna memenuhi permintaan pasar (Rohman, 2018).

Industri perdagangan beras sangat potensial di Indonesia dan sangat penting bagi pasar domestik Indonesia, mengingat besarnya konsumsi beras di Indonesia karena jumlah penduduk Indonesia yang besar menyebabkan permintaan pemenuhan kebutuhan pangan yang besar pula. Hal tersebut menjadikan banyaknya jenis dan merek beras dipasaran agar dapat dijadikan alternatif pilihan bagi konsumen untuk memutuskan akan mengkonsumsi varian kualitas dan varian harga beras yang seperti apa (Rohman, 2018). Menurut Kotler dan Keller (2016) mengungkapkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diinginkan pelanggan. Menurut Tjiptono (2014), kualitas produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan; kualitas yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, serta lingkungan; kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (misalnya apa yang dianggap merupakan kualitas saat ini mungkin dianggap kurang berkualitas pada masa mendatang). Menurut beberapa penelitian, pelanggan bersedia membayar harga yang lebih tinggi untuk suatu produk atau layanan jika mereka menganggapnya sebagai produk buatan yang melampaui standar kualitas (Suari, 2019). Adapun Ernawati (2019) mengemukakan bahwa kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Kualitas produk yang dianggap sesuai dengan standar harapan pelanggan juga akan mengarahkan keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk. Adapun menurut (Sudaryono, dalam Azizah 2017) bahwa komponen struktur keputusan pembelian karena setiap keputusan pembelian akan memiliki struktur komponen yang berbeda diantaranya yaitu:

a. Kebutuhan tentang jenis produk.

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli suatu barang misalnya laptop atau dapat menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus memfokuskan perhatian kepada konsumen yang memiliki minat terhadap produk laptop.

b. Keputusan tentang bentuk produk.

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli laptop tertentu yang keputusannya dapat dipengaruhi oleh ukuran, mutu suara, merk, corak, dan sebagainya. Sehingga dalam hal ini perusahaan harus selalu dapat membaca pasar untuk mengetahui kesukaan konsumen tentang produk tersebut sehingga dapat memaksimalkan daya tarik produknya.

c. Keputusan tentang merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek mana yang akan dibeli. Setiap merek memiliki kekhususan sendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih merek.

d. Keputusan tentang penjual.

Pembeli atau konsumen harus mengambil keputusan tentang di mana lokasi laptop akan dibeli sehingga dalam hal ini perusahaan atau pedagang harus mengetahui bagaimana konsumen memilih penjual tertentu.

e. Keputusan tentang jumlah produk.

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelinya maka dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyak produk agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen, menjaga jika konsumen memutuskan membeli dalam jumlah yang banyak.

f. Keputusan tentang waktu pembelian.

Keputusan waktu pembelian dapat dilakukan konsumen baik itu saat kapan dan pada kondisi tertentu konsumen akan memutuskan membeli suatu produk. Maka dari itu perusahaan harus mengetahui faktor – faktor apa saja yang akan memberi pengaruh terhadap keputusan konsumen dalam penentuan waktu pembelian.

g. Keputusan tentang cara pembayaran.

Keputusan tentang cara pembayaran baik itu secara tunai maupun kredit, tentunya keputusan tersebut akan mempengaruhi kebijakan yang akan dibuat oleh perusahaan atau penjual.

Adapun dengan meningkatkan kualitas produk dalam suatu usaha akan memberikan timbal balik yang baik sehingga konsumen merasa puas dan dapat juga mempengaruhi konsumen untuk membeli kembali produk tersebut. Beras yang diperjualbelikan di Pasar Cipanas memiliki jenis yang beragam dan setiap jenis memiliki kualitas dan harga yang berbeda-beda. Menurut Kotler & Armstrong (2016:324), harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa. Adapun pendapat lain yang menyebutkan harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapat sejumlah kombinasi dan barang beserta pelayanannya (Basu Swastha, 2010:147). Adapun beberapa contoh merk beras yang sudah cukup dikenal di kalangan masyarakat yaitu beras IR 64 (setra ramos), beras rojolele, dan merk lainnya. Perbedaan harga yang beragam di kalangan para pengecer beras terjadi akibat banyaknya pengusaha beras di Indonesia yang memunculkan berbagai jenis merk beras di pasaran, ada beras yang memiliki kualitas atas, menengah hingga kualitas bawah. (Rohman, 2018) Namun walaupun begitu para pedagang beras tidak dapat semena-mena menetapkan harga karena ada berbagai faktor yang menjadi tolak ukur harga beras, diantaranya yaitu Harga Eceran Tertinggi (HET) beras yang ditetapkan pemerintah. HET memiliki pengaruh yang sangat besar terhadap ketentuan harga beras di

Indonesia. Keputusan pembelian didefinisikan Kotler (2012) sebagai tahap dalam proses pengambilan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar akan membeli suatu produk atau jasa tertentu. Menurut Suharno (2010:96) “keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk , serta mengkonsumsinya. Pranoto (2008), juga menjelaskan perilaku pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian. Menurut Schiffman, Kanuk (2004:547), keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua atau lebih alternative pilihan keputusan pembelian, artinya bahwa seseorang dapat membuat keputusan, harus tersedia beberapa alternatif pilihan.

Berdasarkan uraian di atas yang mengemukakan bahwa kualitas produk, harga dan tempat suatu produk dapat menjadi pertimbangan seorang konsumen untuk memutuskan apakah akan melakukan pembelian terhadap produk yang dituju ataukah tidak melakukan pembelian karena harga, produk, dan tempat dianggap tidak sesuai. Maka berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik dan ingin mengetahui lebih dalam mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Beras Medium dan Premium di Pasar Cipanas Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur”

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di wilayah Kecamatan Cipanas Kabupaten Cianjur yaitu di PasarCipanas. Penulis memilih lokasi tersebut karena pasar Cipanas merupakan salah satu tempat perbelanjaan yang menjual berbagai macam hasil pertanian dan berbagai bahan makanan pokok salah satunya yaitu beras. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan untuk mengakumulasi data-data yang didapat dengan beberapa teknik yang dilakukan yaitu melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan pengisian kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen beras di Pasar Cipanas yangkonsumennya tidak bisa secara pasti ditentukan jumlahnya. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 65 responden konsumen beras di pasar Cipanas. Adapun metode analisis yang dapat dilakukan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas, uji normalitas, CFA (*confirmatory factor analysis*), analisis regresi berganda, uji koefisien determinasi (r^2), uji f (simultan), uji t (parsial), serta analisis jalur (*path analysis*).

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Regresi Berganda

Hasil pengolahan data disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Hasil Regresi

Model		Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	3.065	1.677		1.827	.073
	KUALITAS PRODUK	.136	.044	.370	3.101	.003
	HARGA	.249	.116	.215	2.148	.036
	TEMPAT	.130	.057	.277	2.273	.027

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah dengan program SPSS 25 (2023)

Persamaan yang didapatkan dari hasil pengolahan data pada tabel 1 adalah sebagai berikut:

$$Y = 3.065 + 0,136 X_1 + 0,249 X_2 + 0,130 X_3$$

Dari hasil persamaan di atas maka dapat disimpulkan bahwa:

- Apabila kualitas produk, harga, dan tempat konstan ($X_1, X_2, X_3 = 0$) maka nilai keputusan pembelian sama dengan konstanta yaitu 3.065 satuan.
- Koefisien kualitas produk adalah 0,136 dengan nilai positif maka apabila kualitas produk naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,136 satuan.
- Koefisien harga produk adalah 0,249 dengan nilai positif maka apabila harga naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,249 satuan.
- Koefisien tempat adalah 0,130 dengan nilai positif maka apabila tempat naik satu satuan, maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,130 satuan.

2. Koefisien Determinasi

Adapun nilai koefisien determinasi dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.471	1.123

a. Predictors: (Constant), TEMPAT, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN Sumber: Data primer diolah dengan program SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 2 di atas diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,496 artinya variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan tempat (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 49,6% sedangkan 50,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

3. Uji F

Adapun hasil uji F dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini:

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	75.627	3	25.209	19.990	.000 ^b
	Residual	76.927	61	1.261		
	Total	152.554	64			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), TEMPAT, HARGA, KUALITAS PRODUK Sumber: Data primer diolah dengan program SPSS 25 (2023)

Sehingga dari perhitungan di atas berdasarkan tabel distribusi uji F, maka diperoleh hasil *F* tabel 2.760. Maka dapat dilihat bahwa *F* hitung sebesar 19.990 > *F* tabel 2.760 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa *H*₀ ditolak dan *H*₁ diterima dengan artian bahwa variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan tempat (X3) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) dan pengaruhnya signifikan. Hal tersebut menjadi gambaran bahwa dalam

Tabel 2. Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.471	1.123

a. Predictors: (Constant), TEMPAT, HARGA, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN Sumber: Data primer diolah dengan program SPSS 25 (2023)

Berdasarkan tabel 2 di atas diperoleh nilai *R Square* sebesar 0,496 artinya variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan tempat (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 49,6% sedangkan 50,4% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Keputusan pembelian beras

dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan tempat secara bersamaan karena variabel tersebut memiliki keterikatan satu sama lain dalam mempengaruhi keputusan pembelian beras seorang konsumen khususnya di Pasar Cipanas.

4. Uji T

Adapun hasil uji T pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4 berikut:

Tabel 4. Hasil Uji T

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.065	1.677		1.827	.073
	KUALITAS PRODUK	.136	.044	.370	3.101	.003
	HARGA	.249	.116	.215	2.148	.036
	TEMPAT	.130	.057	.277	2.273	.027

Sumber: Data primer diolah dengan program SPSS 25 (2023)

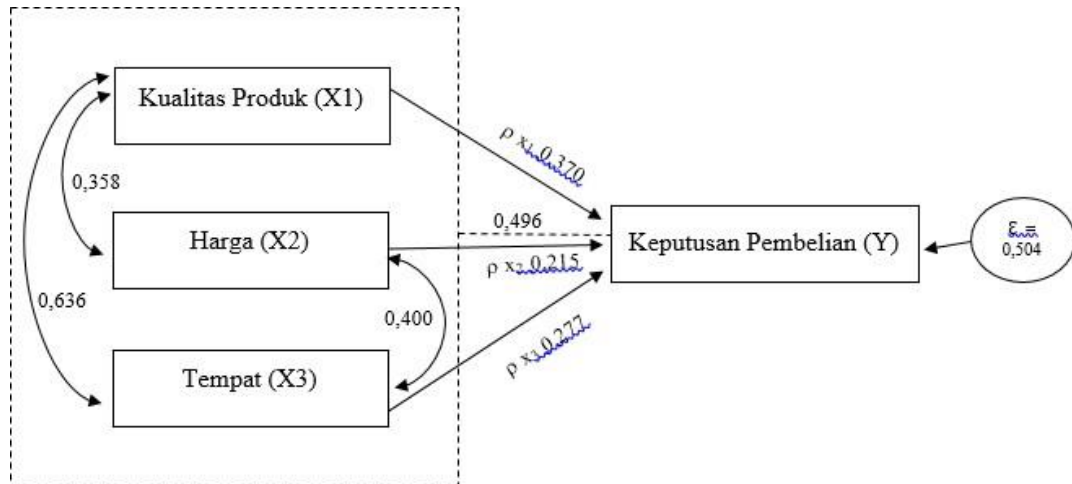
Sehingga kesimpulan untuk uji t adalah sebagai berikut:

- Pada variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai t hitung $3.101 > 1.996$ dengan nilai signifikansi $0,003 < 0,050$ artinya kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.
- Pada variabel harga (X2) diperoleh nilai t hitung $2.148 > 1.996$ dengan nilai signifikansi $0,036 < 0,050$ artinya harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.
- Pada variabel tempat (X3) diperoleh nilai t hitung $2.273 > 1.996$ dengan nilai signifikansi $0,027 < 0,050$ artinya tempat memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.

Berdasarkan hasil uji t di atas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh paling besar terhadap keputusan pembelian, kemudian variabel tempat (X3) berada di urutan kedua dan variabel harga (X2) dengan urutan pengaruh paling kecil. Hal tersebut menjadi gambaran bahwa konsumen beras di Pasar Cipanas sangat memperhatikan kualitas produk dan tempat dalam memutuskan pembelian beras mereka.

5. Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Adapun hasil analisis jalur disajikan dalam gambar 1 berikut :



Gambar 1. Model struktur analisis jalur X1, X2, X3 terhadap Y

Pengaruh langsung produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 0,370 yang artinya bahwa konsumen beras di Pasar Cipanas memperhatikan kualitas produk dalam memutuskan pembeliannya. Pengaruh langsung harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) yaitu sebesar 0,215, pengaruh harga memiliki pengaruh yang paling rendah diantara pengaruh produk dan tempat. Hal tersebut memberi gambaran bahwa sebarang kenaikan harga tidak akan terlalu mempengaruhi keputusan pembelian beras karena beras merupakan kebutuhan pokok harian yang tidak dapat dikurangi konsumsinya dalam jumlah yang besar. Berdasarkan gambar 3 diperoleh korelasi antar variabel, adapun tingkat hubungan mengacu pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,000-0,199	Sangat rendah
0,200-0,399	Rendah
0,400-0,699	Cukup Kuat
0,700-0,899	Kuat
0,900-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono, 2017

Variabel X1 dan X2 memiliki korelasi 0,358 maka didapatkan tingkat hubungan variabel X1 dan X2 kategori rendah. Variabel X1 dan X3 memiliki korelasi 0,636 maka didapatkan tingkat hubungan variabel X1 dan X3 kategori cukup kuat. Variabel X2 dan X3 memiliki korelasi 0,400 maka didapatkan tingkat hubungan variabel X2 dan X3 kategori cukup kuat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa:

1. Variabel kualitas produk (X1) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.
2. Variabel harga (X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.
3. Variabel tempat (X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian beras.
4. Variabel kualitas produk (X1), harga (X2), dan tempat (X3) memiliki pengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) beras dan pengaruhnya signifikan.

Adapun saran yang dapat penulis berikan sesuai hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menambah variabel lain seperti loyalitas pelanggan, tingkat kepuasan, promosi, *physical evidence* (bukti fisik), proses dan pengaruh lain yang belum pernah diteliti sebelumnya, serta lebih meningkatkan jumlah responden agar hasil penelitian lebih baik lagi.

2. Bagi Pedagang

Diharapkan pedagang beras di Pasar Cipanas dapat tetap menjaga dan mempertahankan kualitas produk serta kebersihan tempat berdagangnyaa.

3. Bagi Pemerintah

Diharapkan pemerintah dapat lebih menjaga stabilitas harga kebutuhan pokok khususnya beras. Juga kepada UPTD Pasar Cipanas diharapkan dapat menjaga dan meningkatkan pelayanannya baik itu dalam kebersihan, parkir, dan hal lain yang dapat menunjang kenyamanan konsumen saat berbelanja.

DAFTAR PUSTAKA

- Azizah, T. N. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bedak Wardah Di Mall Pekanbaru* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Riau).
- Bambang Pranoto. (2008). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kendaraan Bermotor, *Jurnal Ilmiah Faktor Extra* Vol.1 No. 2 September 2008.
- Basu, Swastha. (2010). *Analisa dan Perilaku Konsumen*. BPFE. Yogyakarta
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh kualitas produk, inovasi produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Hi Jack sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Kotler dan Keller. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 Jakarta:Erlangga
- Kotler and Armstrong. (2016). *Marketing an Introduction*, Edisi 13, USA: Perason Education.
- Kotler, P. dan Kevin, K. (2016). *Marketing Management*. 15th edition. New Jersey: Prentice Hall
- Rama, A. (2020). Strategic pricing by Islamic banks and the impact on customer satisfaction and behavioral intention. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 11(9), 2017-2033.
- Rohman, O. N. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Beras di Toko ND Singapara Cileunyi Kabupaten Bandung (Doctoral dissertation, UINSunan Gunung Djati Bandung).
- Suari, M. T. Y., Telagawathi, N. L. W. S., & Yulianthini, N. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 5(1), 26-33.
- Suharno. (2010). *Marketing in Practice*. Edisi Pertama. Penerbit Graha Ilmu, Yogyakarta
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung
- Tjiptono. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Undang-Undang Republik Indonesia No.7 Tahun 1996 tentang Pangan.
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga pengaruhnya terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal EMBA*, 1(3), 750–760.