

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FASHION BATIK MUSLIMAH DI TOKO RIA LESTARI JAMBI

Natasya Aprillia Sukmawati¹, Titin Agustin Nengsih², Solichah³

natasyasukmawati19@gmail.com¹, nengsih@uinjambi.ac.id², solichah@uinjambi.ac.id³

UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk batik Fashion muslimah di Toko Ria Lestari Jambi. Metode penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang balrul ingin membeli produk altalul puln yang suldalh pernah membeli produk di toko baltik Rial Lestari Jalmbi dengan sampel 96 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian. Terdapat pengaruh secara bersama-sama antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and price on purchasing decisions for Muslimah Fashion batik products at the Ria Lestari Jambi Store. This research method is a quantitative research method. The population in this study were all consumers who wanted to buy new products and had bought products at the Ria Lestari Jalmbi batik store with a sample of 96 respondents. The results showed that there was a significant influence between the product quality variable on purchasing decisions. There is a significant influence between the price variable on purchasing decisions. There is a joint influence between the product quality and price variables on purchasing decisions.

Keywords: Product Quality, Price, Purchasing Decisions

PENDAHULUAN

Konsep pemasaran sekarang ini menjadi lebih nyata dan para pelaku usaha melakukan persaingan yang sangat ketat untuk mengambil simpati para konsumen dan mempengaruhi pertimbangan mereka untuk dapat menerima produk yang dihasilkan sehingga dapat berpengaruh pada perilaku konsumen sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui perubahan yang terjadi pada konsumen (Resi Demilna, 2023). Proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah pada kegiatan manusia untuk membeli suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan (Nilam Dwi Susanti, 2014).

Fungsi pemasaran didefinisikan sebagai aktivitas-aktivitas yang ditampilkan oleh perusahaan atau organisasi ketika menciptakan nilai (*value*) secara spesifik untuk produk atau jasa yang ditawarkannya. fungsi pemasaran dapat dikelompokkan dalam tiga kategori umum, yang di mana setiap kategori menggambarkan proses (aktivitas) pemasaran yang terjadi. Tiga kategori fungsi tersebut antara lain: 1. Fungsi pertukaran (*exchange function*), 2. Fungsi fisik (*physical function*), 3. Fungsi fasilitasi (*facilitating function*) (Rita Nurmalinga, 2015).

Faktor pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Suatu produk dikatakan berkualitas apabila produk tersebut dapat memenuhi keinginan konsumen atau pembeli (Titin Agustin Ningsih, 2021). Kualitas produk yang baik menjadi

pertimbangan sendiri bagi konsumen dalam melakukan keputusan untuk membeli produk tersebut. Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh para penjual di pasar. Salah satu cara untuk mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk adalah dengan menggunakan pemasaran yang menarik dimana keputusan membeli produk merupakan sesuatu yang sangat didambakan perusahaan terutama pihak pemasar (Tri Adi, 2015).

Setiap perusahaan yang menciptakan produk harus memiliki kualitas. Kualitas adalah nilai yang diberikan pelanggan dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas, yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi membeli manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut *"the offer"*. Oleh karena itu perusahaan hendaknya memproduksi produk yang mempunyai kualitas baik. Perusahaan yang mampu memproduksi produk yang berkualitas akan mampu bersaing di pasar (Rohwiyati Yanti, 2022).

Kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan di dalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan-harapan pelanggan. Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan, bukan oleh insinyur, bukan pula oleh pemasaran atau manajemen umum. Kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan, terhadap produk, yang diukur berdasarkan persyaratan pelanggan tersebut (Endang Triwidya, 2022).

Menurut Kotler and Armstrong yang terdapat di jurnal Anita Puspasari arti dari kualitas produk adalah *"the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes"* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya (Anita Puspasari, 2022).

Menurut David Garvin dalam Dinawan untuk menentukan dimensi kualitas produk dapat dilakukan melalui delapan dimensi yaitu kinerja, fitur, kehandalan, kasesuaian, daya tahan, kemampuan pelayanan, estetika, citra atau reputasi. Selain kualitas produk, harga juga menjadi salah satu yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk (Ni Luh Ari Purnawati, 2020).

Harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Harga juga sebagai salah satu elemen dari bauran pemasaran dan satu-satunya yang menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Dalam hal ini penetapan dan persaingan harga merupakan salah satu strategi penting dalam persaingan antar perusahaan yang sejenis. Harga adalah sejumlah kompensasi (uang maupun barang, kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi barang atau jasa. Pada saat ini, bagi sebagian besar anggota masyarakat, harga masih menduduki tempat teratas sebagai penentu dalam keputusan membeli suatu barang atau jasa. Oleh karena itu, penentuan harga merupakan salah satu keputusan penting bagi manajemen perusahaan. Harga yang ditetapkan harus dapat menutup semua biaya yang dikeluarkan untuk produksi ditambah besarnya persentase laba yang diinginkan (Dea Murti, 2015).

Kualitas produk dan harga merupakan hal yang perlu mendapat perhatian dari perusahaan, mengingat kualitas produk dan harga mempunyai hubungan yang berkaitan erat dengan keputusan pembelian. Setiap perusahaan atau produsen memiliki kualitas dan harga yang akan menunjang peningkatan pengembangan pasar. Hal ini juga akan digunakan

konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian suatu produk yang menjadi ciri khas bangsa, yaitu produk batik Jambi ditoko Ria Lestari yang beralamat di Jl. Sultan Agung Simpang Pulai No.5, Murni, Kec. Telanaipura, Kota Jambi (James Sambara, 2021).

Keputusan Pembelian Menurut Alma Buchari keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people* dan *process*, sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli. Menurut Kotler & Amstrong, keputusan pembelian merupakan membeli merek yang paling disukai dari berbagai alternatif yang ada, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian. Faktor pertama adalah sikap orang lain dan faktor yang kedua adalah faktor situasional. Menurut Assauri, keputusan pembelian adalah suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Menurut Peter dan Olson, keputusan pembelian adalah proses mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya. Menurut Kotler, keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk. Dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen selalu mempertimbangkan kualitas, harga dan produk sudah yang sudah dikenal oleh masyarakat (Alma Buchari, 2014).

Batik secara umum telah diterima oleh masyarakat Jambi, banyak pengusaha batik yang terdapat di Kota Jambi dengan berbagai motif, corak, dan warna. Toko batik Ria Lestari menyediakan berbagai macam batik khas Jambi, yang melayani *made to order* produk batik cap, batik tulis, batik semi tulis dengan berbagai macam pola yang khas dari Kota Jambi. Toko batik Ria Lestari memproduksi batik khas Jambi kebanyakan berdasarkan pesanan. Untuk kualitas dan harga disajikan berdasarkan tabel dibawah ini :

Tabel 1 Kualitas bahan dan Harga batik di Toko Ria Lestari dan Toko Arini

No	Nama Batik	Kualitas	Harga Toko Ria Lestari	Harga Toko Arini
1	Batik Tulis	Batik tulis ini menggunakan pewarna yang alami yang membuat batik tulis ini lebih tahan lama dan tidak mudah luntur, pembuatan batik tulis ini dikerjakan secara manual yang memerlukan keterampilan dan kesabaran, selain itu waktu pembuatannya juga cukup lama satu lembar kain biasanya dapat diselesaikan dengan waktu satu bulan.	Rp. 500.000,00	Rp. 450.000,00
2	Batik Semi Tulis	Teknik pembuatannya dilakukan dengan mengkombinasikan antara proses batik tulis dan baik cap, kain batik digambar kembali dengan cating tangan (<i>wax</i>) untuk menambah detail pada motif batik cap sebelumnya. Batik jenis ini sangat banyak dipakai untuk	Rp 150.000,00	Rp. 140.000,00

		bahan seragam kantor, dan guru.		
3	Batik Cap	Bentuk motif cap akan terlihat lebih rapi, proses pencetakan batik cap dilakukan dengan menggunakan alat, dan harganya juga lebih terjangkau dibandingkan dengan batik tulis, sehingga batik cap ini banyak dibuat untuk seragam sekolah.	Rp 110.000,00	Rp. 100.000,00

Sumber: batik Ria Lestari Jambi, 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas, batik yang diproduksi toko Ria Lestari dan toko Arini sama-sama memiliki kualitas produk yang berbeda. Kualitas produk yang dimiliki antara lain: warna yang bervariasi dan model baju yang bervariasi, sedangkan toko Arini memiliki warna yang bervariasi, kombinasi motif yang bermacam-macam, dan model baju yang bervariasi. Toko Ria Lestari dan toko arini memproduksi beberapa jenis batik yaitu batik tulis, semi tulis, dan batik cap dengan harga yang berbeda dan bervariasi.

Terdapat perbedaan harga antara toko batik Ria Lestari dan toko batik Arini karena ada perbedaan kualitas produk batik yang memiliki kualitas produk yang berbeda. Didalam proses pembuatannya sama-sama mempunyai kendala mengenai proses pembatikkannya, masalah yang sering terjadi dalam proses pembatikkannya yaitu kurang telitnya pegawai yang mengerjakannya sehingga cat sering tumpah atau tercecceh pada kain, selain itu gambar batik sering tidak sama antara sisi satu dengan sisi yang lainnya pada selembar kain, berbeda dengan proses pembatikkannya dengan menggunakan mesin yang selalu sama dari sisi ke sisi. Hal tersebut dapat mempengaruhi kualitas produk kain batik di toko Ria Lestari dan toko batik Arini. Masalah lain yang sering dihadapi yaitu mengenai penetapan harga kain batik, toko batik Ria Lestari dan toko batik Arini menetapkan harga jual produksinya menyesuaikan dengan pengadaan bahan baku serta proses produksinya, semakin mahal bahan baku serta semakin lama atau semakin sulit proses pembuatannya maka harga mahal dan sebaliknya, apabila harga bahan baku naik maka harga jual kain batik juga akan naik, hal ini tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen karena konsumen berharap mendapatkan kain batik dengan harga yang sebelumnya. Pihak toko batik Ria Lestari dan toko Arini harus bisa mengubah persepsi konsumen terhadap kenaikan harga jual batik yang disebabkan oleh kenaikan bahan baku.

Menurut Kotler dan Amstrong kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu, kualitas berhubungan erat dengan nilai dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian M. Irzan Al-Ghifari, Ni Luh Ari Purnamawati Et Al, Murty, dan Ambo Enre Et Al. Menunjukkan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Menurut Nur Indah Sari Et Al, Variabel Lokasi Usaha dan Penentuan Harga Jual tidak berpengaruh signifikan dan Variabel Kualitas Produk dengan nilai yang dihitung sebesar 3,610 dengan signifikansi 0,001.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan beberapa metode analisis yang terintegrasi untuk Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif merupakan investigasi sistematis mengenai sebuah fenomena dengan mengumpulkan data yang dapat diukur menggunakan teknik statistik, matematika, atau komputasi. Penelitian kuantitatif banyak digunakan baik dalam ilmu alam maupun ilmu fisika. Pendekatan kuantitatif tersebut dimaksudkan untuk membuktikan pengaruh antara variabel terikat (keputusan pembelian konsumen) dengan variabel bebas (kualitas produk dan harga) (Sidik Priadana, 2014).

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Hasil Uji Analisis Data

a. Uji Validitas

Validitas memiliki arti lain seperti sah atau benar. Menguji validitas berarti menguji sejauh mana kebenaran atau ketepatan suatu instrument sebagai alat ukur variable penelitian. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan valid, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka kuesioner dinyatakan tidak valid. Nilai r_{tabel} yang diperoleh sebesar 0,202.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{1.1}	0,703	0,202	Valid
X _{1.2}	0,776	0,202	Valid
X _{1.3}	0,719	0,202	Valid
X _{1.4}	0,795	0,202	Valid
X _{1.5}	0,727	0,202	Valid
X _{1.6}	0,695	0,202	Valid

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan Tabel 1 diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa enam pertanyaan dari kualitas harga dinyatakan valid karena menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,202.

Table 2 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
X _{2.1}	0,611	0,202	Valid
X _{2.2}	0,804	0,202	Valid
X _{2.3}	0,691	0,202	Valid
X _{2.4}	0,762	0,202	Valid
X _{2.5}	0,730	0,202	Valid
X _{2.6}	0,746	0,202	Valid

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan Tabel 2 diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa enam pertanyaan dari harga dinyatakan valid karena menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,202.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Y ₁	0,805	0,202	Valid
Y ₂	0,823	0,202	Valid
Y ₃	0,849	0,202	Valid
Y ₄	0,852	0,202	Valid
Y ₅	0,824	0,202	Valid
Y ₆	0,603	0,202	Valid

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan Tabel 3 diperoleh hasil $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dapat disimpulkan bahwa enam pertanyaan dari keputusan pembelian dinyatakan valid karena menunjukkan angka yang lebih besar dari 0,202.

b. Uji Reabilitas

Tujuan uji reabilitas ini untuk mengetahui apakah instrument penelitian merupakan instrument yang dapat dipercaya atau handal.¹ Uji reabilitas pada penelitian ini menggunakan teknik *Cronbach's Alpha*. Reabilitas suatu variable atau butir pertanyaan dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.²

Table 4 Hasil Uji Reabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reabilitas	Keterangan
Kualitas Produk (X_1)	1,018	0,60	Reabilitas
Harga (X_2)	1,010	0,60	Reabilitas
Keputusan Pembelian (Y)	1,050	0,60	Reabilitas

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

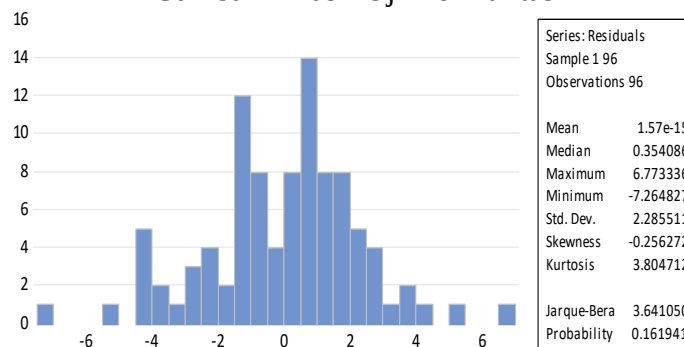
Berdasarkan hasil uji reabilitas pada table 4 menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* untuk variabel kualitas harga yang terdiri dari enam pertanyaan, variable harga yang terdiri dari enam pertanyaan, dan variable keputusan pembelian yang terdiri dari enam pertanyaan, setiap variabel memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2), dan keputusan pembelian (Y) dinyatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi. Dimana variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas



Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan gambar 1 di atas, dapat diketahui bahwa nilai probability sebesar 0,161 > 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal. Dapat disimpulkan juga bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditentukan adanya korelasi yang tinggi antar variabel independen. Penelitian ini menguji multikolinearitas dengan cara melihat nilai *Tolerance* dan *Variance Inflasi Factor* (VIF). Pada model regresi apabila nilai VIF < 10,00, maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas dan jika nilai VIF > 10,00, maka variabel bebas tersebut memiliki multikolinearitas dengan variabel lainnya.

¹ Juliandi, *Metodologi Penelitian Bisnis Konsep & Aplikasi* (Sumatera Utara: UMSU Press, 2014), 80.

² Ivan Gumilar, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Manajemen* (Jawa Barat: Universitas Widyatama, 2017), 24.

Tabel 5 Hasil Uji Multikolinearitas

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
C	4.580258	82.40504	NA
X1	0.009282	107.2056	1.878180
X2	0.011493	147.0839	1.878180

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Hasil uji multikolinearitas pada table 5 dapat diketahui bahwa nilai VIF pada variabel kualitas produk adalah sebesar 1,878 dan variabel harga sebesar $1,878 < 10,00$. Berdasarkan penelitian dari tabel di atas maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah terdapat ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Tidak terjadi heteroskedastisitas merupakan ciri dari model regresi yang baik. Adanya heteroskedastisitas pada data dapat dilihat dari nilai Prob. $F > 0,05$, maka tidak terdapat heteroskedastisitas dalam penelitian. Sedangkan apabila nilai Prob. $F < 0,05$ maka terdapat gejala heteroskedastisitas dalam penelitian. Berikut adaah hasil uji heteroskedastisitas:

Tabel 6 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: Breusch-Pagan-Godfrey

Null hypothesis: Homoskedasticity

F-statistic	2.614979	Prob. F(2,93)	0.0785
Obs*R-squared	5.111231	Prob. Chi-Square(2)	0.0776
Scaled explained SS	6.726779	Prob. Chi-Square(2)	0.0346

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Hasil uji heteroskedastisitas pada tabel 6 bahwa data penelitian tidak memiliki gejala heteroskedastisitas. Hal ini dapat dilihat dari nilai Prob. F-Statistic yang menunjukkan angka $0,07 > 0,05$ yang artinya data ini terhindar dari adanya heteroskedastisitas.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi Linear Berganda dilakukan untuk menguji variabel independen terhadap variabel dependen dengan menggunakan alat bantu program E-views 12. Berikut hasil uji regresi linear berganda.

Tabel 7 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Dependent Variable: Y Method: Least Squares Date: 10/01/24 Time: 15:38 Sample: 1 96 Included observations: 96				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	2.415718	2.140154	-1.128759	0.2619
X1	0.587038	0.096341	6.093308	0.0000
X2	0.464450	0.107205	4.332365	0.0000
R-squared	0.650103	Mean dependent var		24.63542
Adjusted R-squared	0.642578	S.D. dependent var		3.863785
S.E. of regression	2.309956	Akaike info criterion		4.543085
Sum squared resid	496.2384	Schwarz criterion		4.623221
Log likelihood	-215.0681	Hannan-Quinn criter.		4.575478
F-statistic	86.39609	Durbin-Watson stat		2.268330
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan pada tabel 7 dapat dilihat nilai konstanta (nilai α) sebesar 2,415 dan

untuk kualitas harga (nilai b_1) sebesar 0,587 dan harga (nilai b_2) sebesar 0,464. Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

Persamaan regresi yang digunakan:

$$Y = 2,415 + 0,587 X_1 + 0,464 X_2 + e$$

4. Uji Hipotesis

a. Uji Parsial (t)

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial (sendiri-sendiri), variabel bebas ke variabel terikat. Uji t digunakan pada penelitian yang memiliki satu atau lebih variabel independen. Kriteria yang digunakan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai Sig. > 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Tabel 8 Hasil Uji t (Parsial)

Dependent Variable: Y Method: Least Squares Date: 10/01/24 Time: 15:38 Sample: 198 Included observations: 98				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.415718	2.140154	1.128759	0.2819
X1	0.587038	0.096341	6.093308	0.0000
X2	0.464450	0.107205	4.332965	0.0000
R-squared	0.650103	Mean dependent var		24.63542
Adjusted R-squared	0.642578	S.D. dependent var		3.863785
S.E. of regression	2.309956	Akaike info criterion		4.543085
Sum squared resid	496.2384	Schwarz criterion		4.623221
Log likelihood	-215.0681	Hannan-Quinn criter.		4.575478
F-statistic	86.39609	Durbin-Watson stat		2.268330
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Berdasarkan hasil pengelolaan dengan alat analisis statistik maka didapatkan hasil uji-t, sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji-t pada tabel 8 ditemukan bahwa nilai t_{hitung} variabel kualitas produk sebesar 6,093 > dari nilai t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{01} ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji-t pada tabel 8 ditemukan bahwa nilai t_{hitung} variabel harga sebesar 4,332 > dari nilai t_{tabel} 1,984 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 < 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan positif antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian.

b. Uji F (Simultan)

Uji F (simultan) adalah pengujian pengaruh variabel bebas (X_1 , X_2) secara bersama-sama terhadap variabel terikat (Y). Uji f digunakan untuk menguji pengaruh dari variabel Kualitas Produk dan Harga secara keseluruhan terhadap variabel Keputusan Pembelian. Berikut adalah ketentuan uji-f:

- 1) Jika nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ atau nilai Sig. < 0,05, maka H_0 ditolak (signifikan) dan H_a diterima.
- 2) Jika nilai $f_{hitung} < f_{tabel}$ atau nilai Sig. > 0,05, maka H_0 diterima (tidak signifikan) dan H_a ditolak.

Berdasarkan hasil pengelolaan dengan alat analisis statistik maka didapatkan hasil uji-f, sebagai berikut:

Tabel 9 Uji F (Simultan)

Dependent Variable: Y Method: Least Squares Date: 10/01/24 Time: 15:38 Sample: 196 Included observations: 96				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.415718	2.140154	-1.128759	0.2619
X1	0.587038	0.096341	6.093308	0.0000
X2	0.464450	0.107205	4.332365	0.0000
R-squared	0.650103	Mean dependent var	24.63542	
Adjusted R-squared	0.642578	S.D. dependent var	3.863785	
S.E. of regression	2.309956	Akaike info criterion	4.543085	
Sum squared resid	496.2384	Schwarz criterion	4.623221	
Log likelihood	-215.0681	Hannan-Quinn criter.	4.575478	
F-statistic	86.39609	Durbin-Watson stat	2.268330	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Sumber: Data diolah dengan E-Views 12

Cara menentukan f tabel adalah:

$$\begin{aligned}
 f_{tabel} &= a(n - k - 1) \\
 &= 0,05(96 - 3 - 1) \\
 &= 0,05 (92) \\
 &= 4,60
 \end{aligned}$$

Berdasarkan hasil uji f pada tabel 9 dapat diketahui nilai signifikan untuk kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar $0,000 < 0,05$. Dan nilai f hitung $> f$ tabel ($86,39 > 4,60$). Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak yang berarti terdapat pengaruh positif yang signifikan antara kualitas produk dan harga secara simultan secara bersamaan terhadap variabel keputusan pembelian.

5. Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen, jika $R^2 = 100\%$ maka variabel independen berpengaruh seutuhnya terhadap variabel dependen, hal itu berlaku sebaliknya, jika $R^2 = 0$ maka variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Dependent Variable: Y Method: Least Squares Date: 10/01/24 Time: 15:38 Sample: 196 Included observations: 96				
Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	-2.415718	2.140154	-1.128759	0.2619
X1	0.587038	0.096341	6.093308	0.0000
X2	0.464450	0.107205	4.332365	0.0000
R-squared	0.650103	Mean dependent var	24.63542	
Adjusted R-squared	0.642578	S.D. dependent var	3.863785	
S.E. of regression	2.309956	Akaike info criterion	4.543085	
Sum squared resid	496.2384	Schwarz criterion	4.623221	
Log likelihood	-215.0681	Hannan-Quinn criter.	4.575478	
F-statistic	86.39609	Durbin-Watson stat	2.268330	
Prob(F-statistic)	0.000000			

Berdasarkan pada tabel 10 dapat diketahui nilai R-Square dan Adjusted R-Square, yaitu:

- a. Nilai R-Square (R^2) yaitu menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini akan diubah ke bentuk persen. Nilai R^2 sebesar 0,650 artinya persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas produk (X_1), harga (X_2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 65% dan 35% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.
- b. Adjusted R Square (koefisien determinasi) nilai sebesar 0,642 atau 64,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh variabel independen (X_1) dan (X_2) terhadap (Y) memberikan pengaruh sebesar 64,2% dan sisanya sebesar 34,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

B. Pembahasan Hasil Penelitian

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Batik Muslimah* di Toko Ria Lestari Jambi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menunjukkan bahwa hasil keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a1} diterima dan H_{o1} ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara signifikan positif antara variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dini Haryati yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Batik Jambi di Muara Bulian.³ Penelitian ini juga didukung oleh penelitian yang dilakukan Rissa Mustika Sari dan Prihartono yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian spreid rise.⁴ Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Nur Aulia Agustin, Seno Sumowo, dan Bayu Wijayantini yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember.⁵

Tinggi atau rendahnya kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini disebabkan karena kualitas produk adalah sesuatu yang diketahui berdasarkan mengerti tidaknya seseorang terkait kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, kesan kualitas dan kemampuan layanan akan produk yang mereka konsumsi. Sedangkan keputusan pembelian adalah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Sehingga, jika tingkat kualitas produk mengalami peningkatan akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Fashion Batik Muslimah* di Toko Ria Lestari Jambi

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis menunjukkan bahwa hasil harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_{a2} diterima dan H_{o2} ditolak yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga terhadap keputusan pembelian.

³ Dini Haryati, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Jambi di Muara Bulian (Studi Kasus Konsumen Batik Jambi Maryana Muara Bulian), *JOTIKA: Journal In Management and Entrepreneurship*, 2(2) Februari 2023: 80-90.

⁴ Rissa Mustika Sari dan Prihartono, "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Spreid Rise), *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 5(3), 2021: 1171-1184.

⁵ Nur Aulia Agustin, Seno Suwomo, dan Bayu Wijayantini, "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen Roti Aloha Perumahan Gunung Kidul Kabupaten Jember)", *Jurnal Penelitian Ipteks*, 3 (2), Juli 2018: 186-196.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Marissa Grace Haque yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada PT. Berlian Multitama di Jakarta.⁶ Penelitian ini juga didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Suri Amilia dan M. Oloan Asmara yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif antara harga dan keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota Langsa.⁷ Penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Irfan Rizqullah Ariella yang menyatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian konsumen mazelnid.⁸ Penelitian ini juga tidak didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Deka yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.⁹

Harga yang sudah tertera pada toko ria lestari Jambi adalah harga yang sesuai dengan kualitas dan pandangan konsumen, karena pada prinsipnya jika harga yang diberikan atau yang ditawarkan oleh toko Ria Lestari Jambi itu rendah, maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, namun jika harga yang ditawarkan itu tinggi dan tidak sesuai dengan kualitas produk maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen di Toko Ria Lestari Jambi.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Batik Muslimah di Toko Ria Lestari Jambi

Berdasarkan uji-f dapat diketahui nilai signifikansi untuk kualitas produk dan harga secara simultan (bersama-sama) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Maka dapat disimpulkan bahwa H_{a3} diterima dan H_{o3} ditolak yang berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

Kualitas produk adalah kualitas mencerminkan semua dimensi penawaran produk yang menghasilkan manfaat (*benefits*) bagi pelanggan. Kualitas suatu produk baik berupa barang atau jasa ditentukan melalui dimensi-dimensinya. Harga (*price*) adalah suatu nilai tukar yang bisa digambarkan dengan uang atau barang lain untuk memanfaatkan yang diperoleh dari suatu barang atau jasa bagi seseorang atau kelompok pada waktu tertentu dan tempat tertentu. Sedangkan keputusan pembelian adalah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian atau transaksi, banyak tidaknya jumlah konsumen dalam mengambil keputusan menjadi salah satu penentu tercapai atau tidaknya tujuan perusahaan. Jika tingkat kualitas produk dan harga mengalami peningkatan akan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Fashion Batik Muslimah di Toko Ria Lestari Jambi, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian dan terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap

⁶ Marissa Grace Haque, "Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Berlian Multitama Di Jakarta", *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis*, 21 (1), April 2020: 31-38.

⁷ Suri Amilia dan M. Oloan Asmara, "Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa", *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 6 (1), Mei 2017:660-669.

⁸ Irfan Rizqullah Ariella, "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid", *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3 (2), Juni 2018: 215-221.

⁹ Deka I Djakara, "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Indonesia Seller Perusahaan E-Commerce eBay)", *Jurnal Ilmu Administrasi*, 3 (4), 2012:34-44.

keputusan pembelian. Hasil pengujian juga menjelaskan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mas'ari, Muhammad Ihsan Hamdy, Mila Dinda Safira, "Analisa Strategi Marketing Mix Menggunakan Konsep 4p (Price, Product, Place, Promotion) Pada Pt. Haluan Riau" *Jurnal Teknik Industri* 5 (2019): 82.
- Ambo Enre, Debora Silvia Hutagalung, Henri Abdiel Simbolon, Dan Marcella Theresia Ong, "Pengaruh Hargadan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian CV Obor Pematangsiantar" *Riset & Jurnal Akutansi* 4 (2020).
- Anita Puspasari, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Word Of Mouth Melalui Kepuasan Pelanggan" *Jurnal Ilmu Manajemen* 2 (2014): 1739.
- Ayu Kurnia Ratna Sari Dan Endang, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik" *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen (JPIM)* 6 (2021).
- Andriani, R, Nengsih, T.A, Prasaja, A.S, "Pengaruh Harga dan Biaya Produksi Terhadap Pendapatan Petani Karet di Desa Sungai Rambut Kecamatan Berbak Kabupaten Tanjung Jabung Timur", *Kampus Akademika Publishing, Jurnal Sains Student Research*, 1(2), Desember 2023: 469-483.
- Bella Hartati, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Cosmetics Jafra Pada PT Jafra Cosmetics." *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan* 10 (2021).
- Dea Murty, Imroatul Khasanah, "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ml Di Semarang" *Journal Of Management* 4 (2015): 2.
- Dedy Ansari Harahap, "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pajak USU (PAJUS) Medan" *Jurnal Keuangan dan Bisnis* 7 (2015): 232.
- Desi Permata Sari, "Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Lokasi (Literature Review Manajemen Pemasaran)" *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan* 2 (2021.): 526.
- Dimilna, R, Titin Agustin Ningsih, dan Putri Apria Ningsih, "Pengaruh Green Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Ecobag di Indomaret (Studi Pada Indomaret Nusa Indah Kota Jambi)", *Jurnal Manajemen dan Bisnis Ekonomi* 1(2), April 2023: 21-36.
- Endang Triwidyati, et al., "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung: *Jurnal Management Studies dan Entrepreneurship*," *Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen* vol. 4, no. 1, (2023): 445.
- Enos Korowa Sontje Sumayku, Sandra Asaloei, "Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Pembelian Ulang Konsumen (Studi Kasus Freshmart Bahu Manado)" 6 (2018): 30.
- Giardo Permadi Putra, Zainul Arifin, Sunarti, "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Angkatan 2013 Dan 2014 Universitas Brawijaya Yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus)" *Jurnal Administrasi Bisnis* 48 (2017): 126.
- James Sambara ,Hendra Novi Tawas,Reitty Lily Samadi, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe 3.Am Koffie Spot Manado" *Jurnal EMBA* 9 (2021): 129.
- Jatmiko Adi Saputro, "Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan serta harga terhadap keputusan pembelian konsumen kain batik local pada UD. Tatsaka di Banyuwangi". (Skripsi: Universitas Jember 2016).
- M. Irzan Al-Ghifari & Khusnudin, "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga Dan Biaya Terhadap Loyalitas Nasabah Di Bank Syariah Indonesia", *Jurnal Tabarru' : Islamic Banking and Finance* Volume 5 Nomor 2, November 2022.
- Nengsih, T.A, Ayu Minarsih, dan Muhammad Ismail, "Unggul Bersaing Batik Jambi: Studi Batik Berkah Jambi", *Jurnal Manajemen dan Sains*, 6(2) Oktober 2021: 506-510.

- Nengsih, T.A, Hamzah, M.M, dan Anisah, “Analisis Minat Menabung Masyarakat di Bank Syariah Indonesia Studi Empiris Desa Pelawan Jaya”, *Al-Mashrafiyah: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Perbankan Syariah*, 5(2) Oktober 2021: 28-39.
- Nengsih, T.A, Kurniawan, F, dan Ahmad Syukron Prasaja, “Analisis Perbandingan Keputusan Membeli di Pasar Tradisional dan Modern”, *IJIEB: Indonesian Journal of Islamic Economics and Bussiness* 6(1), Juni 2021: 17-31.
- Ni Luh Ari Purnamawati Ni Wayan Eka Mitariyani, Ni Putu Nita Anggraini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Ulang Di Bandung Collection Kecamatan Kuta Utara, Badung” *Values* 1 (2020): 172.
- Nilam Dwi Setiani dan Siti Nuzulia, “Efektivitas Personal Selling Dan Sales Promotion Dengan Sampel Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen,” *Journal of Social and Industrial Psychology* (2014): 49.
- Nur Indah Sari, et al., “Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Perspektif Ekonomi Islam ”. *Jurnal Az-Zahra: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* Vol (01): 03- 08 (2023).
- Nurjannah Daulay, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan)” . (Skripsi: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan), 2017.
- Octavia Putri Kusumastuti, Suryati, “ Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Rivicha Pasar Klewer Solo: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah”, vol. 19, no. 4, Oktober 2021.
- Ridho Saputra,” Pengaruh Harga Dan Kualits Produk Terhadap Keputusan Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distro Label Store,” (Skripsi: Universitas Islam Riau Pekanbaru), 2020.
- Ridho, M.T, Nengsih, T.A, Baining, M.E, “Analisis Pendapatan Pedagang Pada Masa Pandemi Covid-19 di Pasar Angso Duo Kota Jambi”, *Jurnal Ekonomika* 12(1) Februari 2022: 27-34.
- Rohwiyati Yanti, Sri Danarwati, “The Effect of Product Quality and Brand Image On Purchase Decisions at PT Bangun Maju Lestari, Jaten District, Karanganyar Regency In 2022” *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Mutiara Madan* 10 (2022): 84.
- Sari, M.M, Nengsih, T.A, dan Syahrizal, A., “Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku onsumtif Mahasiswa Manajemen Keuangan Syariah Angkatan 2018-2019”, *Journal of Creative Student Research (JCSR)*, 1(2) April 2023: 137-151.
- Soewito Yudhi, “Kualitas Produk, Merek, Dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio”*Jurnal EMBA* 1 (2013): 233.
- Sulaiman, Titin Agustin Nengsih, dan Agusriandi, “Analiss Inovasi Melalui Kemajuan Teknologi pada Produksi dan Pemasaran Batik di Kecamatan Danau Teluk Kota Jambi”, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 3(3), Oktober 2023:180-200.
- Tri Adhy Prasetyo Indi Djastuti, “Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Lokasi” (Studi Kasus Pada Waroeng Bamboe di Tembalang-Semarang)” *Diponegoro Journal Of Management* 4 (2015): 3.
- Tri Nabila Putri Andari , Putri Apria Ningsih, Firman Syah Noor, “Pengaruh Ekuitas Merek Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah Di Kabupaten Muaro Jambi”*Journal Of Economics And Business Management* 2 (2023): 161.
- ulva anastasia yulia nurendah, “pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen” 2 (2014).
- Wahyu Dede Gustawan , Marina Dwi Astuti , Eka Putri Ani “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Satrio Manah Tulungagung.”*Management Studies And Entrepreneurship Journal* 4(2023).
- Wahyu Akbar, et al., *Tinjauan Ekonomi Syariah Atas Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal Di Kota Palangka Raya: Jurnal Akuntansi, Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, vol. 1, no. 1 (Maret 2021): 98.