

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SUSI SONGKET DI KOTA JAMBI

Khoiriyah¹, M. Nazori²

khoiriyah099@gmail.com¹, nazorifebiuinjambi@gmail.com²

Universitas Islam Negeri Sultan Thaha Saifuddin Jambi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket di Kota Jambi. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarakan kepada 96 responden. Sampel dipilih menggunakan metode purposive sampling. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear berganda yang berfungsi untuk mengukur pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikansi variabel harga yaitu $0,084 > 0,05$ yang artinya harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan nilai signifikansi kualitas produk $0,001 < 0,05$ yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi ketika di uji secara bersama-sama nilai dari fhitung yakni sebesar 57,109 dengan nilai signifikansi $0,001 < 0,05$, artinya variabel harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa semakin kompetitif harga dan semakin tinggi kualitas produk Susi Songket, maka semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian. Sehingga penting bagi Susi Songket untuk menentukan strategi penetapan harga dan peningkatan kualitas yang baik agar dapat meningkatkan daya tarik konsumen dalam membuat suatu keputusan pembelian.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Susi Songket, Kota Jambi.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price and product quality on purchasing decisions for Susi Songket products in the city of Jambi. The research method used is quantitative, with data collected through questionnaires distributed to 96 respondents. The sample was selected using purposive sampling. Data analysis was conducted using multiple linear regression to measure the influence of each variable. The results of the study indicate that the significance value of the price variable is $0.084 > 0.05$, meaning that price does not significantly influence purchasing decisions, while the significance value of product quality is $0.001 < 0.05$, meaning that product quality significantly influences purchasing decisions. However, when tested together, the calculated F-value was 57.109 with a significance value of $0.001 < 0.05$, meaning that the price and product quality variables simultaneously have a positive and significant effect on the purchase decision for Susi Songket products. Based on this, it can be concluded that the more competitive the price and the higher the quality of Susi Songket products, the higher the tendency for consumers to make purchases. Therefore, it is important for Susi Songket to determine effective pricing strategies and quality improvement measures to enhance consumer appeal in making purchasing decisions.

Keywords: Price, Product Quality, Purchasing Decision, Susi Songket, Jambi City.

PENDAHULUAN

Keputusan pembelian dan preferensi merek menjadi faktor penting dalam menentukan arah perusahaan dan pasar. Para pelaku bisnis perlu memahami alasan serta proses konsumen dalam memilih produk tertentu agar dapat menciptakan strategi pemasaran yang efektif. Dalam menghadapi persaingan, perusahaan dituntut tidak hanya menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memiliki sumber daya manusia yang mampu mendukung pencapaian tujuan bisnis. Pemasar berusaha menciptakan produk yang relevan dengan

kebutuhan konsumen, dengan mengedepankan kualitas dan daya tarik yang tepat.

Keputusan pembelian menurut Mulyanto & Wulandari (2024) merupakan hasil dari rangkaian langkah yang dilalui individu sebelum menentukan pembelian. Keputusan ini dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kebutuhan, preferensi, harga, kualitas produk, pengalaman sebelumnya, dan promosi. Hal senada diungkapkan Helmi Kasim bahwa konsumen cenderung melakukan analisis dan perhitungan sebelum memilih produk terbaik dari beberapa alternatif. Konsumen, terutama muslim, semakin selektif dalam membedakan antara kebutuhan dan keinginan agar konsumsi tidak berlebihan dan tetap bermanfaat.

Perilaku konsumen saat ini telah menjadi hal yang sangat penting dalam menentukan pembelian. Faktor harga dan kualitas produk menjadi dua aspek utama yang memengaruhi keputusan konsumen. Dalam perspektif Islam, prinsip kesederhanaan dan menghindari sikap boros ditekankan dalam mengonsumsi barang atau jasa. Hal ini membuat konsumen muslim lebih teliti dalam menilai manfaat suatu produk. Oleh karena itu, pengusaha harus memahami perilaku konsumen agar produk yang ditawarkan sesuai dengan nilai dan kebutuhan pasar.

Harga menurut Kotler dan Amstrong adalah sejumlah biaya yang harus dibayarkan konsumen untuk memperoleh manfaat suatu produk atau jasa. Penetapan harga harus dipertimbangkan dengan cermat karena berhubungan dengan persepsi konsumen terhadap nilai yang ditawarkan. Susi Songket, salah satu produsen kain songket di Kota Jambi, mematok harga yang relatif tinggi, namun sebanding dengan kualitas produk yang diberikan. Konsumen bersedia membayar lebih jika merasa harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan nilai yang diperoleh.

Selain harga, kualitas produk juga berperan penting dalam menarik minat konsumen. Kotler dan Keller menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen secara maksimal. Kualitas yang baik akan memberikan kesan positif dan meningkatkan minat beli. Penelitian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Wanda & Nur (2022) dan Aldini dkk (2021) juga menunjukkan adanya pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, meskipun beberapa penelitian lain memberikan hasil berbeda.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk dapat secara simultan memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Studi Marissa Grace (2020) serta Alimatuts dkk (2023) mengungkapkan bahwa harga yang kompetitif dan kualitas tinggi dapat mendorong kepercayaan konsumen. Namun, terdapat penelitian lain yang menyatakan hasil berbeda, sehingga menarik untuk meneliti lebih jauh pengaruh kedua variabel ini pada konteks produk tradisional seperti songket.

Kain songket merupakan warisan budaya Melayu yang memiliki nilai sejarah dan estetika tinggi. Industri songket di Jambi, seperti Susi Songket, berperan besar dalam melestarikan budaya tersebut. Susi Songket telah berdiri sejak 2007 dan berkembang menjadi salah satu UKM unggulan dengan delapan hak cipta motif yang telah dipatenkan. Dengan inovasi motif serta kualitas yang terjaga, Susi Songket berhasil menarik minat konsumen, termasuk konsumen muslim yang mengutamakan keindahan dan kesesuaian produk dengan nilai budaya.

Wawancara dengan pemilik usaha, Ibu Susi Susilawati, mengungkapkan bahwa harga dan kualitas menjadi pertimbangan utama konsumen dalam membeli produk songket. Konsumen biasanya tidak keberatan dengan harga tinggi jika kualitas kain sesuai harapan. Namun, ada juga konsumen yang membatalkan pembelian karena merasa harga tidak terjangkau atau motif tidak sesuai selera. Seorang konsumen, Ibu Ernawati, menyatakan bahwa kualitas Susi Songket sepadan dengan harga yang ditawarkan, meskipun proses pembuatannya cukup rumit dan memerlukan waktu lama.

Pandemi menyebabkan penurunan signifikan pada pendapatan Susi Songket dalam delapan tahun terakhir, hingga pemilik harus menjual ruko dan berutang. Namun, dengan usaha keras dan promosi di berbagai pameran, Susi Songket perlahan bangkit dan mulai meningkatkan penjualan. Data penjualan pada semester kedua tahun 2024 menunjukkan tren positif, meski harga produk berkisar antara Rp2.500.000 hingga Rp15.000.000 tergantung kerumitan motif dan bahan.

Hasil pra riset pada 30 responden menunjukkan bahwa 100% mengenal merek Susi Songket, tetapi hanya 46,7% yang pernah membeli produk tersebut. Harga menjadi salah satu faktor yang dinilai tinggi oleh konsumen, dengan hanya 33,3% yang menganggap harga terjangkau. Namun, 60% setuju bahwa harga sesuai dengan kualitas, dan 90% meyakini harga terjangkau dengan kualitas baik akan mempengaruhi keputusan beli. Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini berfokus pada pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen Susi Songket di Kota Jambi.

METODOLOGI

Metode penelitian adalah Langkah-langkah atau kegiatan informasi untuk memperoleh data agar dapat diolah dan dianalisis. Metode penelitian ini membahas tentang hubungan sebab akibat yang didalamnya terdapat variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2). Sementara itu variabel terikatnya yaitu keputusan pembelian (Y) di Susi Songket Kota Jambi.

Jenis metode penelitian yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk menjawab pertanyaan dengan menggunakan desain terstruktur, mengikuti sistem penelitian ilmiah. Penelitian kuantitatif juga digunakan untuk memecahkan serta membatasi fenomena sehingga menjadi terukur.

PEMBAHASAN

Berikut ini adalah jawaban atas pertanyaan penelitian dan juga merupakan pembahasan dari hasil analisis mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian, diantaranya yaitu:

1. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis, didapat bahwa harga tidak memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket, yang mana hasil uji t menunjukkan nilai thitung sebesar $1,748 < 1,985$ ttabel dengan nilai sig $0,084 > 0,05$. yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, ini berarti tidak terdapat pengaruh signifikan dari variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam penentuan harga dari sebuah produk songket bukanlah hal yang begitu dipertimbangkan bagi seorang konsumen dalam menikmati hasil yang sudah diberikan oleh Susi Songket. Hasil penelitian ini didukung dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arisandra dkk (2021) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal itu dikarenakan konsumen kurang mempertimbangkan dan memperhitungkan sebuah harga dalam melakukan pembelian produk. Begitu pula dengan penelitian oleh Yohana & Ginanjar (2021) yang mengatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Di Kota Jambi songket tidak hanya dipandang sebagai produk sandang, tetapi juga sebagai simbol status sosial, identitas budaya, dan bagian dari adat istiadat Melayu Jambi. Oleh karena itu, harga menjadi faktor sekunder karena konsumen rela membayar lebih mahal selama kualitas dan nilai tradisi yang ditawarkan sesuai dengan ekspektasi mereka.

Selain itu, konsumen songket cenderung melakukan pembelian tidak secara rutin, melainkan pada momen-momen tertentu seperti pernikahan, perayaan adat, atau acara resmi. Hal ini memperkuat alasan mengapa harga tidak terlalu memengaruhi keputusan pembelian.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis regresi dan uji hipotesis, dalam pengujian secara parsial, diketahui nilai t_{hitung} sebesar $4,289 > 1,985$ dengan nilai sig $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_{a2} diterima dan H_{02} ditolak, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket

Sutopo (2024) mengatakan bahwa keputusan pembelian itu dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang mana indikatornya yaitu produk memiliki rasa yang beda dari merek pesaing yang lain, produk mempunyai kemasan menarik, produk yang beraneka ragam, dan yang memiliki daya tahan produk yang baik. Keputusan pembelian menghasilkan transaksi nyata di mana konsumen membeli produk atau jasa yang mereka pertimbangkan.

Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Darmawan dan Pramudana (2022) yang menyebutkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Ini berarti bahwa semakin tinggi kualitas produk maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian oleh konsumen. Sejalan dengan penelitian Wanda & Nur (2022) dan Aldini dkk (2021) yang juga mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk harus dipertahankan serta ditingkatkan agar lebih baik lagi oleh sebuah perusahaan.

Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Susi Songket, maka semakin besar pula kemungkinan konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian. Konsumen menilai kualitas produk dari berbagai aspek seperti kehalusan tenunan, keawetan bahan, keindahan motif, keunikan desain, serta kenyamanan saat dikenakan atau memakainya.

Usaha Susi Songket Kota Jambi, kualitas produk menjadi daya tarik utama karena songket diposisikan sebagai produk kerajinan tradisional bernilai budaya tinggi. Konsumen memiliki ekspektasi bahwa setiap produk songket harus memenuhi standar kualitas tertentu, seperti motif yang rapi, warna yang tajam, bahan yang awet, serta hasil tenunan yang halus dan nyaman saat digunakan. Selain itu, songket yang berkualitas tidak hanya dipandang dari segi keindahan fisik, tetapi juga dari nilai simbolis yang melekat di dalamnya. Songket berkualitas sering kali menjadi lambang status sosial, penghargaan adat, atau warisan budaya keluarga, sehingga keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen terhadap kualitas produk tersebut.

Dengan demikian, pelaku usaha seperti Susi Songket perlu terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk yang ditawarkan, baik dari segi desain, bahan baku, teknik produksi, maupun ketepatan motif agar tetap mampu memenuhi ekspektasi dan kebutuhan konsumen.

3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji f , dapat diketahui bahwa nilai f_{hitung} yakni sebesar 57,109, sedangkan nilai sig $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_{a3} diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X_1) dan kualitas produk (X_2) secara simultan (bersama-sama) terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket.

Wulandari dan Mulyanto (2024) mengatakan dalam proses pengambilan keputusan pembelian konsumen, orang melakukan sejumlah tindakan sebelum membuat keputusan tentang sesuatu yang mereka beli. Hasil dari proses pengambilan keputusan pembelian konsumen dapat mungkin berbeda tergantung pada banyak hal, seperti kebutuhan, preferensi, pengalaman sebelumnya, kualitas produk, harga, distribusi, promosi, dan

pengalaman pelanggan.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Marissa Grace (2020) mengatakan bahwa harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sejalan dengan penelitian Alimatuts dkk (2023) menyebutkan bahwa harga yang wajar dan kompetitif akan menarik konsumen sedangkan kualitas produk yang tinggi akan memberi keyakinan pada konsumen, sehingga secara simultan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil ini menunjukkan bahwa meskipun secara parsial harga tidak berpengaruh signifikan, namun ketika harga dan kualitas produk dipertimbangkan secara bersama-sama, keduanya memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya, dalam memutuskan pembelian Susi Songket, konsumen tetap mempertimbangkan kesesuaian antara harga dengan kualitas yang ditawarkan.

Kualitas produk menjadi faktor utama, namun konsumen tetap memperhitungkan apakah harga yang ditawarkan sesuai dengan mutu, keunikan motif, serta nilai budaya yang terkandung dalam produk songket tersebut. Hal ini sejalan dengan perilaku konsumen pada produk-produk kerajinan tradisional, di mana keputusan pembelian tidak semata-mata ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan hasil pertimbangan dari beberapa aspek, khususnya kualitas dan harga.

Ketika Susi Songket membuat produk tenunan songket dengan tenunan halus, motif rumit, serta bahan benang emas dan perak asli, konsumen bersedia membayar harga yang relatif mahal selama kualitas produk memenuhi ekspektasi. Sebaliknya, apabila harga tinggi tidak diimbangi dengan kualitas yang sepadan, maka konsumen akan ragu dalam mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, pelaku usaha Susi Songket perlu menjaga keseimbangan antara kualitas produk dan harga yang ditetapkan, agar produk yang ditawarkan memiliki nilai yang sebanding antara harga dan kualitas, sesuai dengan persepsi konsumen terhadap produk tradisional premium.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Susi Songket di Kota Jambi. Setelah diperoleh data yang kemudian diolah oleh peneliti, maka didapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Variabel harga secara parsial memperlihatkan tidak ada pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Susi Songket. Hal itu dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 1,748 yang lebih kecil dari ttabel yaitu 1,985 dan nilai signifikansi $0,084 > 0,05$. Ini menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh secara signifikan dalam peningkatan keputusan pembelian.
2. Variabel kualitas produk secara parsial menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian produk Susi Songket. Hal ini dibuktikan dengan nilai thitung sebesar 4,289 lebih besar dari ttabel 1,985 dengan nilai sig $0,001 < 0,05$. Ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan dalam peningkatan keputusan pembelian produk Susi Songket.
3. Variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) ketika di uji secara simultan menunjukkan bahwa kedua variabel harga dan kualitas produk bersama-sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Ini dibuktikan dengan fhitung yakni sebesar 57,109, sedangkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil ini diperkuat dengan nilai Adjusted R Square yaitu 54,2% yang menunjukkan harga dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 54,2%, sedangkan sisanya sebesar 45,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

4. Orang-orang membuat keputusan untuk membeli produk susi songket itu tidak hanya memandang kualitas produknya saja, akan tetapi ketika harga lebih murah dengan kualitas produk yang bagus, maka mereka akan lebih tertarik untuk membeli. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji f yang menyatakan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di Susi Songket.

DAFTAR PUSTAKA

Al-Qur'an

Al-Qur'an dan Terjemahan . (2019). Kementerian Agama RI, Jakarta : Lajnah Pentasihan Mushaf Al-Qur'an.

Buku

- Amelia, D., dkk. Metode Penelitian Kuantitatif. Aceh : Yayasan Penerbit Muhammad Zaini. 2023.
- Daga, R. Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan. Makassar: Global-RCI. 2017
- Dr. Didik Harjadi. Kualitas Produk Dalam Kepuasan Pelanggan Generasi Milenial. Cirebon : Penerbit Insania. 2021
- Dr. Marissa Grace Haque-Fawzi. Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implentasi. Tangerang Selatan : Pascal Books. 2022.
- Elliyana, E., dkk. Dasar-Dasar Pemasaran. Malang: Ahlimedia Press. 2022
- Fauzan. Manajemen Pemasaran Islam. Yogyakarta : CV. Bildung Nusantara. 2019.
- Indarasari, M. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press. 2019.
- Iswanto, B. Pengantar Ekonomi Islam. Depok: Rajawali Pers. 2022.
- Kurniawan, D. A. & M. Zaenal Abidin. Pengantar Pemasaran Islam Konsep, Etika, Starategi dan Implementasi. Ponorogo : Unida Gontor Press. 2018.
- Kurniawan, G. Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui E- Commerce. Kurniawan, G. Pengaruh Life Style dan Brand Image Terhadap Minat Beli Iphone 11. CV. Mitra Abisatya. 2021
- Luhglatno, dkk. Perilaku Konsumen. Jawa Tengah: Eureka Media Aksara. 2021
- Purwanto, N., dkk. Theory of Planned Behavior : Implementasi perilaku Electronic Word Of Mounth Pada Konsumen Marketplace. Malang : CV. Literasi Nusantara Abadi. 2022.
- Rahmawaty, A. Perilaku Konsumen dalam Perspektif Islam, Konsep, Teori dan Analisis. Yogyakarta: CV. Idea Sejahtera. 2021.
- Rampai, B. Pemasaran Syariah (Teori dan Aplikasi Dalam Ekonomi Islam). Bandung : CV. Media Sains Indonesia. 2023.
- Sahir, S. H. Metodologi Penelitian. Yogyakarta : KBM Indonesia. 2022.
- Wijayanti, R. D. P., dkk. Metode Penelitian Kuantitatif : Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen. Jawa Timur : Widya Gama Press. 2021.
- Yoseph, D.Y. F. & Cita Anggraini, T. Startegi Pemasaran UMKM. Surabaya : Putri Media Nusantara. 2022.

Jurnal

- Akbar, A. R. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Strategi Promosi Terhadap Minat Beli.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* 8 (2019)
- Andriyanti,E., & Siti, N. F. “Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo).” *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 11, no. 2 (2022).
- Arianto, N., & Sabta, A. D. “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada PT Nirwana Gemilang Property.” *Jurnal Disrupsi Bisnis* 3, no. 2 (July 23, 2020): 108-119.
- Ariawan, dkk. “Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen PadaPakaian Second Di Thrifty Culture Gorontalo.” *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS EKONOMI* 2, no.1 (Januari 2024):243-261.
- Ayumi, B., & Agung, B. “PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL

- INTERVENING (Studi pada Konsumen Hypermart Paragon Semarang).” *Jurnal Administrasi Bisnis* 10, no. 2 (7 Oktober 2021):1169-1176.
- Caniago, A., dkk. “KUALITAS PRODUK DALAM MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA UMKM DI JAKARTA (STUDI KASUS PEMBELIAN MELALUI TOKOPEDIA).” *Journal Of Mangement Small and Medium Enterprises(SME’s)* 15, no. 3 (November 2022):367-378.
- Dani, R., dkk. “Risk Profile and Profitability on Mudharabah Financing at Bank Muamalat, Is There any Relation?.” *Bukhori: Kajian Ekonomi dan Keuangan Islam* 3, no. 2 (2024):79-89.
- Dharmawan, P. S. S. P. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat beli Pakaian di Pasar Tradisional Tabanan.” *Jurnal Pendidikan Tambusai* 7, no. 2 (Agustus, 2023): 2-8.
- Ernawati, D. “PENGARUH KUALITAS PRODUK, INOVASI PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HI JACK SANDALS BANDUNG.” *JWM: Jurnal Wawasan Manajemen* 7, no. 1 (28 Juni 2019):22-30.
- Eva, C. S., dkk. “Analisis Persaingan Pasar Tradisional dan Pasar Modern dalam Perspektif Daya Minat Beli Pengunjung.” *Indo-Fintech Intellectuals : Journal of Economics and Bussiness* 4, no. 3 (3 Juli, 2024): 10-24.
- Farisi, S., & Qahfi, R. S. “Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan.” *Maneggio : Jurnal Ilmiah Magister Manajemen* 3, no. 1, (Maret 2020):148-159.
- Firdaus, S., dkk. “Pengaruh Marketing Mix Terhadap Minat Beli Pakaian Muslim di Butik Cordi Dalam Perspektif Islam.” *Jurnal Ekonomi : Manajemen dan Akuntansi* no.3 (2022):27-37.
- Harita, E. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam.” *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan* 5, no. 2 (Juli 2022): 125-132.
- Huda, N., & Yollanda, A. “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRANDEQUITY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PAKAIAN DI KIOS JELITA DESA PAMBANG BARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.” *JMBO: Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi* 1, no. 1 (Mei 2022):44-50.
- Huda, N., Yollanda Armel. “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND EQUITY TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PAKAIAN DI KIOS JELITA DESA PAMBANG BARU DITINJAU DARI PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM.” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Organisasi* 1, no. 1 (May 31, 2022):44-50.
- Karundeng, N dkk. “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Home Industri Pia Deisy Desa Kapitu Kecamatan Amurang Barat.” *Jurnal Administrasi Bisnis* 8, no. 2 (April 8, 2019): 83-90.
- Mantong, S., dkk. “PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PADA USAHA GARASI KOPI TORAJA DI KELURAHAN RANTE PASELE KABUPATEN TORAJA UTARA.” *Jurnal Tadbir Peradaban* 4, no. 2 (Mei 2024):273-283.
- Mardiatmoko, G. “The Importance of the Classical Assumption Test in Multiple Linear Regression Analysis (A Case Study of the Preparation of the Allometric Equation of Young Walnuts).” *BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan* 14, no. 3 (September 2020):333-342.
- Margareththa, dkk. “Pengembangan dan Pendampingan Pengrajin Songket Jambi.” *Jurnal Karya Abdi Masyarakat* 1, no. 1 (Juni 08, 2017): 1-6.
- Natoen, A., dkk. “Faktor-Faktor Demografi yang Berdampak Terhadap Kepatuhan WB Badan (UMKM) di Kota Palembang.” *Jurnal Riset Terapan Akuntansi* (2019):106.
- Purbohasuti, A. W., & Asmi, A. H. “MENINGKATKAN MINAT BELI PRODUKSHOPEE MELALUI CELEBRITY ENDORSER.” *Jurnal Bisnis dan Terapan* 4, no.1 (26 Juni, 2020):37-46.
- Puspita, C. M. & Agung Budiarmo. “PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Pada Rocket Chicken Wolter Monginsidi di Kota Semarang).” *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 9, no.3 (August 14, 2020): 268-275.
- Putra, I. P. D. S. “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian di Pasar Tradisional Tabanan.” *Jurnal Pendidikan Tembusai* 7, no. 2 (2023):7137- 7145.

- Rahayu, E., & Sulisty, B. U. "PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK GAMIS PADA TOKO MALEENA MOSLEM LAMONGAN (STUDI KASUS PADA TOKO MALEENA MOSLEM LAMONGAN)." 9 (2023): 1-6.
- Rifanto, N., & Donant, A. I. "Pengaruh Kualitas Prodouk, Harga dan Persaingan Terhadap Minat beli." JRMB: Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis 4, no. 3 (Oktober, 2019): 415-242.
- Rofiudin, M., dkk. "PENGARUH HARGA DAN FITUR LAYANAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN TOKOPEDIA PASCA COVID 19 DIMALANGRAYA." INSPIRASI : Jurnal Ilmu-Ilmu sosial 19, no.2 (2022).
- Sahabuddin, R., dkk. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Wizzmie Kota Makassar." Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI), 4, no. 2. (2023): 230-237.
- Santi, E. R. & Akhmad Supriyanto. "PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEPUASAN PELANGGAN, DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP MINAT BELI ULANG (STUDI KASUS PADA SATE TAICHAN BANJAR D'LICIOUS)." Jurnal Sains Manajemen dan Kewirausahaan 4, no. 1 (Maret 2020):47 – 56.
- St Fatima, dkk. "Penetapan Harga Menurut Ibnu Taimiyah." Al-Rikaz: Jurnal Ekonomi Syariah 2, no. 1 (Juni 2023):45-57.
- Sulantari, dkk. "Analisis Regresi Linier Berganda Untuk Memodelkan Faktor Yang Mempengaruhi Nilai Penambahan Utang Tahunan Negara Indonesia." Unisda Journal of Mathematics and Computer Science 10, no. 1 (25 Juni 2024):36-46.
- Wowor, C. A., Lumanauw, B., & Ogi, I. W. (2021). Pengaruh citra merek, harga dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa di Kota Manado. Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(3), 1058-1068.
- Yafie, A. S. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DxAN KUALITAS JASATERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi apadafPelanggan Food and Beverage 8 Oz Coffee Studio Malang)." JAB: Jurnal Administrasi Bisnis 35, no. 2 (Juni 2016):11 -19.
- Zubaidah. "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KOSMETIK WARDAH PADA GERAI KOSMETIK CAREEFOUR PALEMBANG SQUARE DI KOTA PALEMBANG." Jurnal Manajemen 8, no. 4 (10 Februari, 2021):2-20.