

LITERATURE REVIEW: ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MR. DIY

Ivan Dwi Cahyo¹, Muh Diky Sihrul Jamal², Oryza Ananda Ramadhani³, Riza Kusuma Wardana⁴, Denny Oktavina Radianto⁵

ivandwi@student.ppns.ac.id¹, muhammadiky@student.ppns.ac.id²,
oryzaananda@student.ppns.ac.id³, rizakusuma@student.ppns.ac.id⁴, dennyokta@ppns.ac.id⁵

Politeknik Perkapalan Negeri Surabaya

ABSTRAK

Bidang bisnis saat ini mendapatkan dampak terkait perkembangan teknologi, khususnya pada bidang retail. Perusahaan Mr. DIY menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari ataupun produk dari kebutuhan rumah tangga. Kerja sama yang dilakukan oleh Mr. DIY dilakukan oleh beberapa perusahaan terkemuka di Indonesia, misalnya Citimall, Ramayana, Lippo Group, Pakuwon, ITC Group, dan Aeon. Salah satu faktor yang mempengaruhi terkait kepuasan pelanggan ditinjau dari keputusan pembelian pelanggan adalah kualitas produk dan gaya hidup. Tujuan dari penulisan ini adalah menganalisis terkait kualitas produk dan gaya hidup terhadap keputusan pembelian Mr. DIY. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Hasil yang didapatkan adalah konsumen sangat puas berbelanja di MR.DIY karena dapat memenuhi kebutuhan seperti alat-alat dapur dan banyak lagi. Gaya hidup di daerah karawang sangat sederhana dan mengutamakan kualitas produk kemampuan produk Mr. DIY yang dapat dijamin ketahanan kualitas produknya Kesimpulannya adalah kualitas produk dan gaya hidup memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Mr. DIY.

Kata Kunci: Gaya hidup; keputusan pembelian; produk.

ABSTRACT

The business sector is currently experiencing an impact related to technological developments, especially in the retail sector. Mr company DIY provides various kinds of daily needs or products from household needs. Mr company DIY provides various kinds of daily needs or products from household needs. The collaboration carried out by Mr. DIY is carried out by several leading companies in Indonesia, for example Citimall, Ramayana, Lippo Group, Pakuwon, ITC Group, and Aeon. One of the influencing factors related to customer satisfaction in terms of customer purchasing decisions is product quality and lifestyle. The purpose of this paper is to analyze product quality and lifestyle related to Mr.'s purchasing decisions. DIY. The type of research used is qualitative research. The results obtained are that consumers are very satisfied shopping at MR.DIY because they can meet needs such as kitchen tools and much more. The lifestyle in the Karawang area is very simple and prioritizes product quality. DIY products whose durability can be guaranteed. The conclusion is that product quality and lifestyle have an influence on Mr.'s purchasing decisions. DIY.

Keywords: Lifestyle; buying decision; product.

PENDAHULUAN

Sistem bisnis yang telah berkembang saat ini didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin berkembang pesat (Azzahroo & Estiningrum, 2021). Bidang bisnis saat ini mendapatkan dampak terkait perkembangan teknologi, khususnya pada bidang retail (Fariyah, dkk., 2023). Tercatat dari tahun 2011 sampai dengan tahun 2023 terdapat peningkatan sistem penjualan ritel dengan persentase 8%. Hal tersebut dapat diketahui bahwa pada periode tertentu terdapat kestabilan pertumbuhan ritel di Indonesia (Haris, dkk., 2023).

Mr. DIY merupakan salah satu perusahaan yang berkembang cukup pesat di Indonesia (Haris, dkk., 2023). Mr. DIY bisa ditemukan di berbagai macam titik di kota-

kota besar di Indonesia. Perusahaan Mr. DIY menyediakan berbagai macam kebutuhan sehari-hari ataupun produk dari kebutuhan rumah tangga. Kerja sama yang dilakukan oleh Mr. DIY dilakukan oleh beberapa perusahaan terkemuka di Indonesia, misalnya Citimall, Ramayana, Lippo Group, Pakuwon, ITC Group, dan Aeon. Contoh barang-barang yang ditawarkan dan dijual di Mr. DIY terdapat sekitar 18 ribu jenis produk, misalnya kosmetik, perhiasan, aksesoris HP, komputer, hadiah, mainan, alat tulis, aksesoris mobil, perabotan, listrik, perkakas, dan lain sebagainya. Harga yang ditawarkan oleh Mr. DIY sesuai dengan harga pasaran sehingga dapat menarik perhatian pembeli (Ma'arif & Budiarti, 2022).

Keragaman dari berbagai macam produk di Mr. DIY tersebut dapat memberikan kemudahan bagi para konsumen untuk mendapatkan barang dalam satu tempat (Peleme & Suardi, 2022). Akan tetapi pelayanan pembayaran yang terdapat di kasir dapat dikatakan “mengular” atau panjang, sehingga beberapa konsumen dari Mr. DIY merasa resah dan bosan dengan sistem antri yang terlalu panjang tersebut. Salah satu faktor yang mempengaruhi terkait kepuasan pelanggan ditinjau dari keputusan pembelian pelanggan adalah kualitas produk dan gaya hidup (Kyntani, dkk., 2022).

Produk merupakan salah satu benda yang dikonsumsi, dibeli, digunakan, atau diperhatikan oleh produsen atau konsumen sehingga barang tersebut mampu memenuhi keinginan serta kebutuhannya (Dayat, 2019). Kualitas dapat dicerminkan dari serangkaian dari volume produk yang bisa memberikan kebermanfaatan bagi konsumen. Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang diedarkan dalam kehidupan masyarakat. Selain itu dalam pengukuran kualitas produk dapat dengan menggunakan beberapa indikator, misalnya variasi warna menarik, desain yang estetik, batas kadaluarsa produk, ketahanan produk, kesesuaian konsumen, kandungan kosmetik, bahan baku produk, standar kualitas produk, warna pilihan yang beragam, logo kemasan menarik, keragaman produk, kenyamanan saat penggunaan, dan kemudahan dalam penggunaannya. Hal-hal seperti yang telah dipaparkan diatas, haruslah diperhatikan dengan baik dan seksama untuk memberikan kualitas produk yang terbaik.

Selain kualitas produk, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh gaya hidup individu. Gaya hidup merupakan tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang yang bergantung pada zaman, waktu, serta trend dan memiliki keinginan dalam perubahan gaya hidup pada seorang individu. Menurut Amin & Yanti (2021) yang memaparkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, sehingga dapat diketahui bahwa gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang meliputi pendapatannya, minat, serta kegiatan yang dilakukan dengan menghabiskan uang yang dimilikinya. Interaksi sosial dapat dibentuk melalui gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen. Kebutuhan yang dimiliki oleh seseorang mampu mendorong gaya hidup yang dijalannya saat ini.

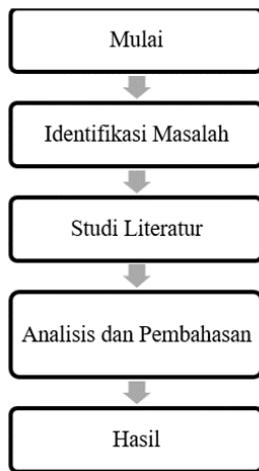
Pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Haris, dkk. (2023) memaparkan keputusan pembelian terhadap produk Mr. DIY dipengaruhi oleh kualitas produk. Perusahaan Mr. DIY memberikan sejumlah berbagai macam produk yang dibutuhkan oleh masyarakat dan disediakan dalam satu tempat. Adanya berbagai macam produk di Mr. DIY dapat memberikan kemudahan kepada customer sehingga berbagai macam kebutuhan dari customer dapat terpenuhi sesuai kebutuhannya.

Berdasarkan paparan diatas penulis mengambil judul “Literature Review: Analisis Kualitas Produk dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Mr. DIY.” Tujuan dari penulisan jurnal ini adalah menganalisis terkait kualitas produk dan gaya hidup terhadap

kepurusan pembelian Mr. DIY. Adapun keterbatasan dalam penulisan jurnal ini hanya ditujukan pada obyek penelitian Mr. DIY melalui hasil data penelitian yang mendukung.

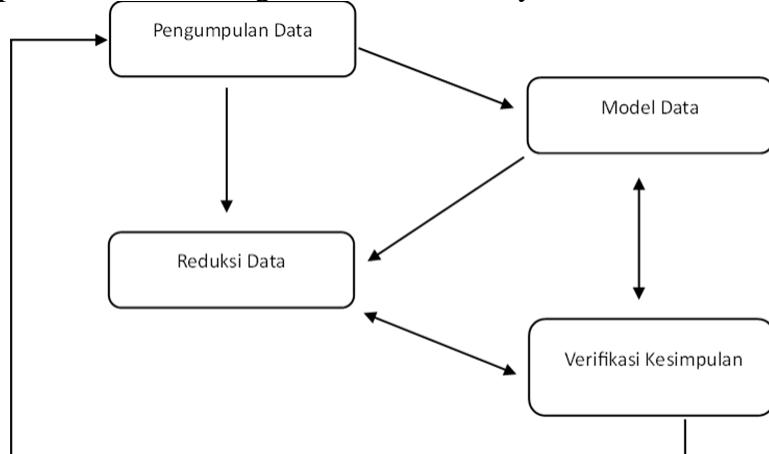
METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan data-data kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilakukan dengan menjabarkan kata-kata ataupun kalimat yang didukung oleh sumber-sumber rujukan yang relevan (Fitrah, 2018). Beberapa contoh dari sumber rujukan yang relevan adalah jurnal, tesis, skripsi, artikel, dan beberapa situs ataupun website terpercaya. Data yang digunakan adalah data primer yang didapatkan dari hasil wawancara dengan narasumber, serta data sekunder yang didapatkan dari analisis kritis terkait beberapa sumber yang mendukung dengan hasil penelitian yang dilakukan. Berikut adalah kerangka berpikir peneliti terkait telaah data sekunder.



Gambar 1. Kerangka Berpikir
Sumber: Rumetna, 2018.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan observasi dan wawancara langsung. Keuntungan utama dari tata cara wawancara adalah menciptakan tingkatan respons yang besar. Namun, dalam wawancara ada kesalahan yaitu narasumber yang dijangkau terbatas sebab keterbatasan waktu. Kemudian setelah didapatkan data kemudian dilanjutkan pada tahap analisis data. Analisis data yang dipaparkan berdasarkan gambar dibawah ini yaitu:



Gambar 2. Analisis Data
Sumber: Miles & Huberman, 1992.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan adanya transaksi jual beli terkait barang atau jasa (Hariyanto & Trisunarno, 2021). Keputusan diambil saat keinginan muncul yang didukung oleh pemilihan produk yang didasarkan pada informasi yang didapatkan konsumen (suharsono & sari, 2019), sehingga informasi yang didapatkan oleh konsumen tersebut bisa dijadikan sebagai info untuk pembelian selanjutnya. Pada era ekonomi digital memaparkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh lokasi, lifestyle, iklan, dan harga (Soesatyo, 2023).

Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pada toko Mr. DIY bahwa konsumen sangat puas berbelanja di MR.DIY karena dapat memenuhi kebutuhan seperti alat-alat dapur dan banyak lagi. Hal senada dengan penelitian Weenas (2013) yang memaparkan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Dalam hal ini apabila kualitas dari produk tersebut dapat memenuhi persepsi konsumen, maka konsumen tentu akan memberikan rating ataupun penilaian yang bagus, begitu pula sebaliknya. Hasil memaparkan bahwa uang sebagai alat tukar dapat dipergunakan sebagai salah satu alat beli dengan mempertimbangkan kualitas produk yang akan didapatkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang bagus dapat dipengaruhi oleh integritas dari beberapa pilar, diantaranya adalah kenyamanan, keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam memberikan pelayanan.

Selain itu hasil penelitian juga senada dengan Iskandar & Wulandari (2018) menjelaskan keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh kualitas produk yang diperlukan dalam kehidupan masyarakat. Selain itu dalam pengukuran kualitas produk dapat dengan menggunakan beberapa indikator, misalnya variasi warna menarik, desain yang estetik, batas kadaluarsa produk, ketahanan produk, kesesuaian konsumen, kandungan kosmetik, bahan baku produk, standar kualitas produk, warna pilihan yang beragam, logo kemasan menarik, keragaman produk, kenyamanan saat penggunaan, dan kemudahan dalam penggunaannya. Hal-hal seperti yang telah dipaparkan diatas, haruslah diperhatikan dengan baik dan seksama untuk memberikan kualitas produk yang terbaik.

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan merupakan penawaran terhadap jasa dari seorang penjual kepada konsumen ataupun calon konsumen yang tidak menimbulkan kepemilikan dan tidak berwujud (Afwan & Santosa, 2020). Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Soebakir, dkk., 2018). Kualitas layanan dapat diartikan sebagai pemenuhan terhadap keinginan konsumen dengan cara meningkatkan pengendalian keunggulan tersebut (Yanuar, dkk., 2017).

Hasil wawancara memaparkan kualitas pelayanan di MR.DIY Sangat baik, di liat dari karyawan yang senang menyapa serta ramah ke pelanggan yang baru masuk mampu memaparkan serta meningkatkan peningkatan citra yang cukup baik kepada customer serta perusahaan Mr. DIY sudah baik dalam memberikan pelayanan yang berkualitas terhadap customer. Saat customer merasa puas terhadap suatu pelayanan yang diberikan, maka Keputusan pembelian juga akan meningkat.

Berdasarkan hasil penelitian senada dengan penelitian Nasution & Lesmana (2018) yang memaparkan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian. Kualitas pelayanan dapat diciptakan melalui hal-hal yang kecil, seperti keramahan karyawan serta karyawan dapat membantu konsumen jika konsumen mendapatkan kesulitan, misalnya dalam hal mencari barang yang dibutuhkan. Jika kualitas layanan yang

diberikan oleh sebuah perusahaan dengan memberikan training terlebih dahulu kepada calon karyawan, maka keputusan pembelian dari calon customer akan meningkat, begitu pula sebaiknya. Jadi, dalam hal ini diperlukan perhatian khusus sejak dini dalam memberikan layanan kepada calon konsumen guna menarik perhatian.

Selain itu, penelitian juga senada oleh Saputra & Ardani (2020) yang menjelaskan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pertimbangan terkait kualitas pelayanan merupakan salah satu hal yang perlu dipertimbangkan pada bidang pemasaran. Kemudahan untuk konsumen merupakan tujuan dari penerapan kualitas pelayanan. Jika sebuah perusahaan mampu memberikan kualitas layanan yang baik, maka perusahaan tersebut tentu akan berjalan sesuai dengan apa yang diharapkan dan telah dirumuskan dalam visi dan misi perusahaan.

Gaya Hidup berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian

Gaya hidup merupakan tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang yang bergantung pada zaman, waktu, serta trend dan memiliki keinginan dalam perubahan gaya hidup pada seorang individu (Khairat, dkk., 2018). Ada beberapa indikator yang tertuang terkait gaya hidup, diantaranya adalah:

1. Opini

Setiap konsumen tentu memiliki opini masing-masing terhadap gaya hidup yang sedang dijalani.

2. Minat

Proses pengambilan keputusan dapat dipengaruhi oleh faktor pribadi dari seorang individu atau konsumen.

3. Aktivitas

Proses identifikasi terhadap bagaimana konsumen menghabiskan waktu, apa yang dibeli konsumen, dan apa yang dilakukan customer (Jaya & Astria, 2021).

Hasil wawancara memaparkan diliat dari gaya hidup di daerah karawang sangat sederhana dan mengutamakan kualitas produk kemampuan produk Mr. DIY yang dapat dijamin ketahanan kualitas produknya. Hasil tersebut sejalan pada penelitian Amin & Yanti (2021) yang memaparkan bahwa keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen dipengaruhi oleh faktor gaya hidup, sehingga dapat diketahui bahwa gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya. Gaya hidup merupakan pola hidup individu yang meliputi pendapatannya, minat, serta kegiatan yang dilakukan dengan menghabiskan uang yang dimilikinya. Interaksi sosial dapat dibentuk melalui gaya hidup yang dimiliki oleh konsumen. Kebutuhan yang dimiliki oleh seseorang mampu mendorong gaya hidup yang dijalannya saat ini.

Menurut penelitian Wowor dkk. (2021) memaparkan keputusan pembelian dari konsumen dapat dipengaruhi oleh gaya hidup individual saat ini. Pola gaya hidup oleh seseorang mampu menentukan terkait proses pembelanjaan uang sebagai alat tukar untuk memenuhi gaya hidup yang ada pada diri individu tersebut. Interaksi dengan lingkungan yang dilakukan oleh seorang individu dapat digambarkan sebagai gaya hidup yang dijalannya baik sekarang ataupun perencanaan untuk masa yang akan datang.

Kualitas Produk berpengaruh terhadap Gaya Hidup

Produk merupakan salah satu benda yang dikonsumsi, dibeli, digunakan, atau diperhatikan oleh produsen atau konsumen sehingga barang tersebut mampu memenuhi keinginan serta kebutuhannya (Dayat, 2019). Kualitas dapat dicerminkan dari serangkaian dari volume produk yang bisa memberikan kebermanfaatan bagi konsumen (Ramadayanti, 2019). Dimensi dari kualitas bisa berbentuk barang ataupun jasa. Berikut dipaparkan

terkait beberapa dari dimensi kualitas produk, diantaranya adalah:

1. Perceived Quality

Ketepatan kualitas dapat diartikan sebagai keunggulan atau kualitas dari produk tertentu sebagai hasil dari persepsi konsumen (Kurniawati, 2023).

2. Asthetic

Contoh dari ke estetikan terhadap suatu produk adalah pada kondisi fisik barang yang bisa dirasakan oleh pancha Indera.

3. Serviceability

Kemudahan dalam memperbaiki sebuah produk dapat ditinjau melalui tiga aspek diantaranya adalah kompeten, cepat, dan mudah.

4. Durability

Hal yang dimaksudkan dalam durability atau daya tahan adalah umur yang dimiliki oleh sebuah produk.

5. Conformance to Specifications

Kesesuaian yang dimaksudkan disini adalah dalam memenuhi standar yang telah ditetapkan harus mengalami penyesuaian baik dari segi operasi maupun karakteristik desain.

6. Reability

Adalah meminimalisir terkait kegagalan atau kerusakan pada produk yang telah dikembangkan.

7. Features

Pada bagian features ini hanya bersifat opsional. Suatu produk dapat dilengkapi dengan ciri-ciri tambahan atau karakteristik tertentu yang menggambarkan terhadap keistimewaan dari produk tersebut.

8. Performance

Produk yang dulu dibeli memiliki karakteristik operasi tertentu, misalnya adalah kenyamanan ataupun kemudahan dalam penggunaan (Jaya & Astria, 2021).

Hasil wawancara memaparkan Diliat dari gaya hidup di daerah karawang sangat sederhana dan mengutamakan kualitas produk kemampuan produk Mr. DIY yang dapat dijamin ketahanan kualitas produknya. Hasil penelitian yang didapatkan berbeda dengan penelitian Suryani & Batu (2021) yang memaparkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, bukan mempengaruhi faktor gaya hidup. Selain itu gaya hidup juga mampu mempengaruhi faktor keputusan pembelian konsumen. "Kualitas produk sebagai faktor yang sering dievaluasi oleh konsumen dalam melakukan keputusan pembelian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi."

Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Pembelian

Kualitas layanan dapat diartikan sebagai pemenuhan terhadap keinginan konsumen dengan cara meningkatkan pengendalian keunggulan tersebut (Yanuar, dkk., 2017). Kualitas pelayanan merupakan penawaran terhadap jasa dari seorang penjual kepada konsumen ataupun calon konsumen yang tidak menimbulkan kepemilikan dan tidak berwujud atau abstrak (Afwan & Santosa, 2020).

Hasil wawancara memaparkan konsumen memberikan suatu feedback yang baik saat mendapatkan produk yang di inginkannya yang disesuaikan dengan ciri khas dan kualitasnya. Selain itu, kemenarikan dari desain Mr. DIY juga dapat diciptakan dengan bentuk keindahan dan keestetikannya. Menurut Marbun dkk. (2022) memaparkan bahwa pembelian yang dilakukan oleh konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Pembelian yang dilakukan tidak hanya dilakukan dalam waktu satu kali, tetapi bisa

dilakukan dua kali atau lebih dan hal tersebut bisa disebut sebagai pembelian ulang. Pembelian ulang dapat diartikan sebagai keputusan yang diambil oleh konsumen dalam melakukan membeli sebuah produk pada perusahaan yang sama. Faktor yang mempengaruhi pembelian konsumen adalah pengalaman serta informasi yang didapatkan oleh konsumen, baik dari teman ataupun keluarga. Pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan diharuskan dalam memberikan pelayanan yang baik, hal tersebut ditujukan untuk meningkatkan performa dari perusahaan dan mampu meningkatkan omset dari produk yang diperjuangkan.

Kemudian, hasil penelitian senada dengan Weenas (2013) yang memaparkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk. Dalam hal ini apabila kualitas dari produk tersebut dapat memenuhi persepsi konsumen, maka konsumen tentu akan memberikan rating ataupun penilaian yang bagus, begitu pula sebaliknya. Hasil memaparkan bahwa uang sebagai alat tukar dapat dipergunakan sebagai salah satu alat beli dengan mempertimbangkan kualitas produk yang akan didapatkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan yang bagus dapat dipengaruhi oleh integritas dari beberapa pilar, diantaranya adalah kenyamanan, keramahan, ketepatan, dan kecepatan dalam memberikan pelayanan.

KESIMPULAN

Produk merupakan salah satu benda yang dikonsumsi, dibeli, digunakan, atau diperhatikan oleh produsen atau konsumen sehingga barang tersebut mampu memenuhi keinginan serta kebutuhannya. Kualitas dapat dicerminkan dari serangkaian dari volume produk yang bisa memberikan kebermanfaatan bagi konsumen. Gaya hidup merupakan tingkah laku yang dimiliki oleh seseorang yang bergantung pada zaman, waktu, serta trend dan memiliki keinginan dalam perubahan gaya hidup pada seorang individu. Keputusan pembelian merupakan adanya transaksi jual beli terkait barang ataupun jasa. Keputusan diambil saat keinginan muncul yang didukung oleh pemilihan produk yang didasarkan pada informasi yang didapatkan konsumen. Berdasarkan hasil yang didapatkan dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan gaya hidup memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian Mr. DIY.

Melalui jurnal ini penulis ingin menyampaikan saran kepada karyawan Mr. DIY untuk memberikan pelayanan kualitas yang terbaik bagi konsumen ataupun calon konsumen. Hal tersebut berguna dalam meningkatkan performa perusahaan. Kemudian disarankan kepada peneliti selanjutnya, untuk melanjutkan penelitian ini berbasis data-data kuantitatif yang dilanjutkan dengan uji SPSS, sehingga hasil penelitian yang didapatkan lebih valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Kemudian disarankan kepada pembaca untuk memperhatikan gaya hidup yang sedang dijalannya saat ini dan membeli barang-barang yang memang diperlukan saja, sehingga tidak menghambur-hamburkan uang.

DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. T., & Santosa, S. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2).
- Amin, A. M., & Yanti, R. F. (2021). Pengaruh Brand Ambassador, E-WOM, Gaya Hidup, Country Of Origin dan Motivasi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Korea Nature Republic. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 1-14.
- Azzahroo, R. A., & Estiningrum, S. D. (2021). Preferensi Mahasiswa dalam Menggunakan Quick Response Code Indonesia Standard (QRIS) sebagai Teknologi Pembayaran. *Jurnal*

- Manajemen Motivasi, 17(1), 10.
- Dayat, M. (2019). Strategi Pemasaran Dan Optimalisasi Bauran Pemasaran Dalam Merebut Calon Konsumen Jasa Pendidikan. *Jurnal Mu'allim*, 1(2), 299-218.
- Farihah, M., Sari, K., & Sumriyah, S. (2023). Pengaruh Penerapan Teknologi Digital Terhadap Penggunaan Bilyet Giro dalam Bisnis Perdagangan. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora*, 2(2), 45-57.
- Fitrah, M. (2018). Metodologi penelitian: penelitian kualitatif, tindakan kelas & studi kasus. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Haris, A., Arifin, R., & Arsyianto, M. T. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening Pada Pelanggan MR. DIY Tlogomas Kota Malang. *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 12(02).
- Hariyanto, H. T., & Trisunarno, L. (2021). Analisis pengaruh online customer review, online customer rating, dan star seller terhadap kepercayaan pelanggan hingga keputusan pembelian pada toko online di Shopee. *Jurnal Teknik ITS*, 9(2), A234-A239.
- Jaya, U. A., & Astira, I. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki di Kota Tangerang. *Cakrawala Repository IMWI*, 4(1), 121-129.
- Khairat, M., Yusri, N. A., & Yuliana, S. (2018). Hubungan gaya hidup hedonis dengan perilaku konsumtif pada mahasiswa. *Al-Qalb: Jurnal Psikologi Islam*, 9(2), 130-139.
- Kurniawati, D., & Wahyuningsih, S. (2023). Analisis Pengaruh Motivasi Konsumen, Persepsi Kualitas Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger di Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis & Akuntansi (EMBA)*, 1(3), 374-380.
- Kyntani, A., Nadja, R. A., Bulkis, S., Bakri, R., & Thamrin, M. (2022). Faktor Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Produk Frozen Food selama Masa Pandemi COVID-19 di Kota Makassar. *COMSERVA*, 1(10), 835-849.
- Ma'arif, A. I., & Budiarti, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Citra Merek Di Mr. Diy. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (Jirm)*, 11(6).
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(2), 716-727.
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018, November). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen (studi kasus pada alfamart di Kota Medan). In Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia (Vol. 1, No. 1, pp. 83-88).
- Peleme, E., & Suardi, S. (2022). Pengaruh Bauran Ritel Terhadap Keputusan Pembelian Pada Swalayan Mr. DIY Di Kota Poso. *Jurnal Ilmu Manajemen Universitas Tadulako (JIMUT)*, 8(3), 232-239.
- Ramadayanti, F. (2019). Peran brand awareness terhadap keputusan pembelian produk. *Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis*, 6(2), 111-116.
- Saputra, G. W., & Ardani, I. G. A. K. S. (2020). Pengaruh digital marketing, word of mouth, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen*, 9(7): 2596-2620.
- Soebakir, B. D., Lumanauw, B., & Roring, F. (2018). Pengaruh brand, harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan membeli di kedai kopi gudang imaji manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4).
- Soesatyo, N. (2013). Analisa Credibility Celebrity Endorser Model: Sikap Audience terhadap Iklan dan Merek Serta Pengaruhnya Pada Minat Beli "Top Coffee". *Jurnal Strategi Pemasaran*, 1(2), 1-12.
- Suharsono, R. S., & Sari, R. P. (2019). Pengaruh Promosi Media Online terhadap Keputusan Pembelian Produk Hijab. *JAMIN: Jurnal Aplikasi Manajemen Dan Inovasi Bisnis*, 1(2), 41-54.
- Suryani, N. I., & Batu, R. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Ekuitas Merek dan Gaya Hidup

- Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Kota Bogor. *YUME: Journal of Management*, 4(2), 257-272.
- 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.
- Wulandari, R. D., & Iskandar, D. A. (2018). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk kosmetik. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(1), 11-18.
- Yanuar, M. M., Qomariyah, N., & Santosa, B. (2017). Dampak kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Optik Marlin cabang Jember. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3(1).
- .