

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN INNER BOX DI PT.INDORIS PRINTINGDO

Dewi Ayu Lestari¹, Muhammad Agung Ali Fikri², Muhamad Johan³
Program Studi Manajemen, Universitas Insan Pembangunan Indonesia

Email : lestaridewiayu@gmail.com¹, agungkuw@gmail.com², muhammadjoham137@gmail.com³

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh antara Kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian inner box di PT Indoris Printingdo. Penelitian diambil karena melihat Menurunnya jumlah penjualan PT Indoris Printingdo pada tahun 2021-2023. Penelitian ini menggunakan desain penelitian asosiatif. Data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi penelitian ini adalah pelanggan PT Indoris Printingdo. Metode analisa yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, uji analisis korelasi, uji koefisien determinansi, uji analisis regresi dan uji hipotesis menggunakan uji-t (parsial) dan uji-f (simultan) pada level signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Data-data yang telah memenuhi uji validitas, uji reliabilitas dan uji asumsi klasik tersebut diolah, sehingga mendapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut: $Y= 3,347+ 0,274X_1+ 0,637X_2$. Dimana variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y)

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Dalam perkembangan era globalisasi dunia bisnis saat ini, banyak timbul persaingan yang semakin kompetitif, persaingan semakin ketat menuntut para pelaku usaha untuk mempunyai keunggulan kompetitif agar mampu bertahan dan bersaing dengan pesaing usaha yang lain. PT Indoris Printingdo adalah salah satu dari banyaknya perusahaan kemasan berbahan kertas karton di Kabupaten Tangerang, letaknya yang strategis menjadikan daya saing unggul tersendiri dengan perusahaan kemasan yang lain. Perusahaan kemasan harus terus berinovasi dalam desain dan memperkuat kualitas produk kemasan mereka untuk memenuhi permintaan pasar yang semakin beragam. Kualitas produk merupakan salah satu faktor penting, karena dengan kondisi sekarang ini produk yang berkualitas mempunyai nilai lebih dibandingkan dengan produk pesaing. Kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dan memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat. Kualitas yang bagus dan terpercaya, maka produk senantiasa akan tertanam di benak konsumen, karena konsumen bersedia membayar sejumlah uang untuk membeli produk berkualitas. Persepsi konsumen terhadap kualitas produk akan membentuk

preferensi dan sikap yang pada gilirannya akan mempengaruhi keputusan untuk membeli atau tidak.

Harga adalah jumlah uang atau nilai tukar yang ditetapkan untuk memperoleh atau membeli suatu barang atau jasa. Dalam ekonomi, harga merupakan salah satu faktor penting dalam menentukan permintaan dan penawaran di pasar. Harga juga bisa mencerminkan biaya produksi suatu barang atau jasa, serta faktor-faktor lain seperti permintaan dan persaingan, Harga dapat bervariasi tergantung pada berbagai faktor, termasuk ketersediaan barang atau jasa, biaya produksi, tingkat permintaan, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pasar. Harga juga dapat menjadi indikator kualitas dimana suatu produk dengan kualitas tinggi akan berani di patok dengan harga yang tinggi juga.

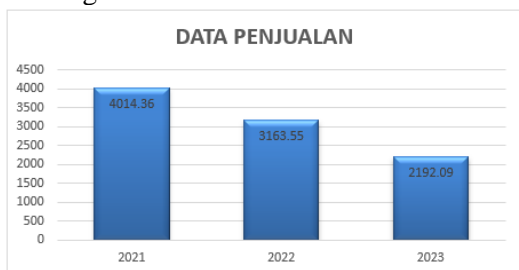
Tabel 1 Data Harga PT.Indoris Printingdo
Tahun 2021-2023

Tahun	Harga Bahan		
	Duplex	Duplex&Seat	Seat Corr
2021	Rp4.000	Rp5.000	Rp6.000
2022	Rp4.500	Rp5.500	Rp6.500
2023	Rp5.000	Rp6.000	Rp7.000

Adanya peningkatan harga rata rata dari produk yang diciptakan PT. Indoris Printingdo yang mempengaruhi keputusan pembelian, dimana terjadi peningkatan harga

selama kurun waktu 3 tahun dari 2021 hingga 2023.

Berikut ini data penjualan PT Indoris Printingdo selama 3 tahun:



Grafik 1 Data Penjualan PT.Indoris Printingdo Tahun 2021-2023

Berdasarkan data Tabel diatas menunjukan bahwa jumlah data penjualan pada PT Indoris Printingdo mengalami penurunan selama 3 tahun, setiap tahunnya penjualan mengalami penurunan berkisar dari 851-971 ton pertahunnya. Pada penurunan penjualan perusahaan dikarenakan naiknya harga penjualan yang menyebabkan menurunnya keputusan pembelian pada pelanggan PT.Indoris Printingdo.

Manajemen Pemasaran

Menurut Kotler dan Keller (2009) dalam Isra et al. (2024) Manajemen pemasaran didefinisikan sebagai seni dan ilmu memilih pasar sasaran dan mendapatkan, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan melalui penciptaan, penyampaian, dan pengkomunikasian nilai pelanggan superior.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2016) dalam Arip dkk, (2020) Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi daripada keinginan pelanggan. Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2018:308) dalam Kelan (2024) Harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah

produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Harga merupakan hal yang diperhatikan konsumen saat melakukan pembelian. Sebagian konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Keller (2015:184) Keputusan pembelian adalah Proses dimana konsumen melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian.

METODE PENELITIAN

Data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari hasil angket atau kuisioner dengan menggunakan skala likert, kemudian data yang terkumpul selanjutnya dilakukan pengujian secara statistik yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, koefisien determinasi, regresi dan uji hipotesis dengan menggunakan bantuan *Statistical Package for the Social Science* (SPSS versi 18 atau versi 25) dengan tingkat kesalahan 5%. Data sekunder diperoleh dari buku-buku literatur yang terkait dengan variabel-variabel penelitian, data dari internet dan data perusahaan tempat penelitian dilakukan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X_1)

No	Instrumen	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	ITEM 1	0,555	0,207	Valid
2	ITEM 2	0,495	0,207	Valid
3	ITEM 3	0,558	0,207	Valid
4	ITEM 4	0,528	0,207	Valid
5	ITEM 5	0,568	0,207	Valid
6	ITEM 6	0,664	0,207	Valid
7	ITEM 7	0,709	0,207	Valid
8	ITEM 8	0,636	0,207	Valid
9	ITEM 9	0,515	0,207	Valid
10	ITEM 10	0,574	0,207	Valid

Berdasarkan hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r Tabel dicari pada signifikan 5% dengan uji dua sisi dan $N = 92$, maka didapat r Tabel sebesar 0,207. Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r Tabel maka butiran pernyataan Kualitas Produk (X_1) sebanyak 10 point dinyatakan Valid.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Harga (X_2)

No	Instrumen	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	ITEM 1	0,515	0,207	Valid
2	ITEM 2	0,566	0,207	Valid
3	ITEM 3	0,590	0,207	Valid
4	ITEM 4	0,498	0,207	Valid
5	ITEM 5	0,513	0,207	Valid
6	ITEM 6	0,442	0,207	Valid
7	ITEM 7	0,635	0,207	Valid
8	ITEM 8	0,632	0,207	Valid
9	ITEM 9	0,642	0,207	Valid
10	ITEM 10	0,570	0,207	Valid

Berdasarkan hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r Tabel dicari pada signifikan 5% dengan uji dua sisi dan $N = 92$, maka didapat r Tabel sebesar 0,207. Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r Tabel maka butiran pernyataan Harga (X_2) sebanyak 10 point dinyatakan Valid.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Instrumen	r Hitung	r Tabel	Keterangan
1	ITEM 1	0,548	0,207	Valid
2	ITEM 2	0,595	0,207	Valid
3	ITEM 3	0,505	0,207	Valid
4	ITEM 4	0,637	0,207	Valid
5	ITEM 5	0,588	0,207	Valid
6	ITEM 6	0,531	0,207	Valid
7	ITEM 7	0,595	0,207	Valid
8	ITEM 8	0,601	0,207	Valid
9	ITEM 9	0,548	0,207	Valid
10	ITEM 10	0,506	0,207	Valid

Berdasarkan hasil analisis mendapatkan nilai skor item dan nilai skor total. Nilai ini kemudian dibandingkan dengan nilai r Tabel dicari pada signifikan 5% dengan uji dua sisi dan $N = 92$, maka didapat r Tabel sebesar 0,207. Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari pada r Tabel maka butiran pernyataan Keputusan Pembelian (Y) sebanyak 10 point dinyatakan Valid.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,781 yang artinya lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (X_1) terpercaya sebagai alat pengumpulan data. Dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas Harga (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.754	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,754 yang artinya lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (X_2)

terpercaya sebagai alat pengumpulan data. Dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

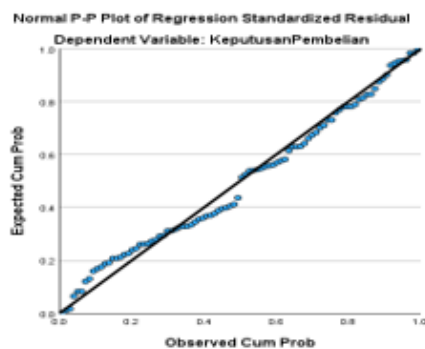
Tabel 7 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.762	10

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapat nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,762 yang artinya lebih besar dari 0,60, maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut dinyatakan reliabel. Artinya item-item pernyataan (Y) terpercaya sebagai alat pengumpulan data. Dan dapat dilakukan uji selanjutnya.

Tabel 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KualitasProduk	92	21	50	38.90	4.641
Harga	92	20	50	39.99	4.115
KeputusanPembelian	92	23	50	39.73	4.066
Valid N (listwise)	92				



Grafik 2 Hasil Uji Normalitas Metode Probability Plot

Berdasarkan gambar di atas hasil uji normalitas menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y) diperoleh hasil titik-titik menyebar dan mengikuti garis diagonal maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Tabel 9 Hasil Uji Normalitas Metode One Sample Kolmogorov Smirnov Test

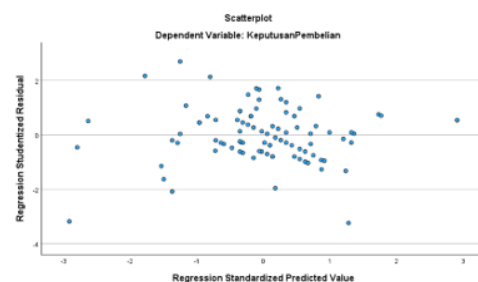
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		KualitasProduk	Harga	Keputusan Pembelian
N		92	92	92
	Normal Parameters ^{a,b}			
	Mean	38.90	40.16	39.73
	Std. Deviation	4.641	3.626	4.066
Most Extreme Differences	Absolute	.130	.113	.129
	Positive	.130	.089	.104
	Negative	-.113	-.113	-.129
Kolmogorov-Smirnov Z		1.247	1.087	1.236
Asymp. Sig. (2-tailed)		.089	.188	.094
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				

Berdasarkan hasil diatas uji normalitas dengan menggunakan metode *one sample kolmogorov smirnov* diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) untuk variabel Kualitas produk (X_1) sebesar 0,089. Variabel Harga (X_2) sebesar 0,188. Variabel Keputusan pembelian (Y) sebesar 0,094 karena nilai Asymp. Sig. (2-tailed) > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Tabel 10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a			
		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	KualitasProduk	.689	1.452
	Harga	.689	1.452
a. Dependent Variable: KeputusanPembelian			

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh nilai VIF untuk varian Kualitas produk (X_1) sebesar 1,452 dan varian Harga (X_2) sebesar 1,452. Untuk nilai toleransi variabel Kualitas produk (X_1) sebesar 0,689 dan variabel Harga (X_2) sebesar 0,689. Karena kedua varian tersebut mempunyai varian inflation factor (VIF) kurang dari 10 dan kedua variabel tersebut memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi multikolinearitas.



Grafik 3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan dari grafik scatterplot di atas tampak bahwa titik- titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 11 Hasil Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.831	2.065		2.824	.008
KualitasProduk	-.022	.047	-.059	-.472	.638
Harga	-.073	.060	-.153	-1.219	.226

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil uji diatas uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser diperoleh nilai signifikansi untuk variabel Kualitas Produk (X_1) sebesar 0,638 variabel Harga (X_2) sebesar 0,226 karena nilai signifikansi untuk kedua variabel independen lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 12 Hasil Uji Korelasi Simultan Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Model Summary									
	R		Adjusted R Square		Std. Error of the Estimate		R Square		Change Statistics	
	R	Square	R Square	Estimate	Change	Change	F	Change	df1	df2
1	.752 ^a	.565	.555	2.711	.565	57.811	2	89	<.001	

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji korelasi secara simultan diperoleh nilai R sebesar 0,752 dan hasil perhitungan korelasi diatas berada pada titik (0,600-0,799) yang artinya bahwa hal ini menunjukkan hubungan yang kuat antara Variabel Kualitas Produk (X_1) Dan Harga (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi Simultan Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.703	.696	2.826

a. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25

Data output model summary, diketahui berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapat nilai R yaitu sebesar 0.839. Dari output tersebut diperoleh R Square sebesar 0,703. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Kualitas produk (X_1), harga (X_2) dan keputusan pembelian (Y) sebesar 70,3% dan sisanya 29,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

Tabel 14 Hasil Uji Regresi Berganda Variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.347	2.448		1.367	.175
KualitasProduk	.274	.079	.297	3.495	<.001
Harga	.637	.091	.597	7.034	<.001

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25

Nilai konstanta (a) sebesar 3,347, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) maka nilai variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 3,347.

Nilai koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0,274 bernilai positif, hal ini menyatakan bahwa setiap penambahan sebesar 1% untuk Kualitas Produk (x_1) maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,274. Dan sebaliknya jika Kualitas Produk (X_1) turun sebesar 1%, maka keputusan pembelian (Y) juga diprediksi turun sebesar 0,274. Koefisien ini bernilai positif yang artinya semakin tinggi Kualitas Produk maka semakin menaikkan keputusan pembelian.

Tabel 15 Hasil Uji Hipotesis Statistik T Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	12.904	2.525		5.110
	KualitasProduk	.679	.066	.734	10.239

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai thitung 10,239 dan tTabel dengan tingkat kepercayaan 5% maka diperoleh TTabel 1,662. Sehingga thitung > tTabel (10,239 > 1,662), maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 16 Hasil Uji Hipotesis Statistik T Pengaruh Variabel Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	4.662	2.565		1.818	.072
	Harga	.869	.065	.814	13.288	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai thitung 13,288 dan tTabel dengan tingkat kepercayaan 5% maka diperoleh TTabel 1,662. Sehingga thitung > tTabel (13,288 > 1,662), maka Ha diterima dan H0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel 17 Hasil Uji Hipotesis Statistik F Pengaruh Variabel Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1683.993	2	841.992	105.396	<.001 ^b
	Residual	711.006	89	7.989		
	Total	2394.999	91			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, KualitasProduk

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS versi 25

Berdasarkan hasil uji hipotesis diketahui nilai Fhitung sebesar 105,396 dan FTabel sebesar 3,099 yang artinya nilai Fhitung > FTabel (105,396 > 3,099), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X₁) dan Harga (X₂) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

KESIMPULAN

- a) Variabel Kualitas Produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan

terhadap variabel keputusan pembelian, pernyataan ini dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) sebesar thitung = 10,239 > tTabel = 1,662. Dari hal tersebut dapat disimpulkan nilai thitung > tTabel, maka dengan demikian H0 ditolak Ha diterima. Hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk disesuaikan dengan apa yang kita dapatkan dengan kualitas produk yang dipesan sesuai maka akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam membeli atau memesan produk PT Indoris Printingdo, sehingga dapat meningkatkan penjualan, ini juga berlaku sebaliknya.

- b) Variabel Harga terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, pernyataan ini dibuktikan berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) sebesar thitung = 13,288 > tTabel = 1,662. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan nilai thitung > tTabel, maka dengan demikian H0 ditolak Ha diterima. Hal ini dapat diartikan apabila Harga disesuaikan dengan apa yang kita dapatkan dengan harga yang pas maka akan dapat mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan dalam membeli atau memesan produk PT Indoris Printingdo, sehingga dapat meningkatkan penjualan, ini juga berlaku sebaliknya.
- c) Variabel Kualitas Produk dan variabel harga terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian, pernyataan ini dibuktikan dengan hasil uji hipotesis secara simultan (uji f) sebesar fhitung = 105,396 > fTabel = 3,099. Dari hal tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai fhitung > fTabel, maka dengan demikian H0 ditolak Ha diterima. Hal ini dapat diartikan apabila Kualitas Produk dan harga yang dilakukan oleh PT Indoris Printingdo semakin baik, maka sangat berpengaruh dalam meningkatkan keputusan pembelian pelanggan, ini juga berlaku sebaliknya.

DAFTAR PUSTAKA

- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. Surabaya : Unitomo Press.
- Kotler, Philip. (2015). Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung : CV Alfabet.
- Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linier Berganda. Jurnal Riset Akuntansi Soedirman, 2(2), 102–110.
<https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>
- Alhababy, A. M. (2024). METODE PENELITIAN (Vol. 14, Issue 5).
- Angela, D., & Erintasya, P. (2024). Pengaruh Disiplin Kerja , Motivasi , dan Kinerja Karyawan Pada PT . Pos. 2(3), 277–286.
- Arip Priyadi, Christine C. Widayati, Didin Hikmah Perkasa, Muhammad Al Faruq Abdullah, M. E. (2020). Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Gramedia Mall Central Park. Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents, 6, 12–26.
- Balaka, M. Y. (2022). Metode penelitian Kuantitatif. Metodologi Penelitian Pendidikan Kualitatif, 1, 130.
- Coleman, B. D., & Fuoss, R. M. (2019). STATISTIK DESKRIPTIF. Journal of the American Chemical Society, 77(21), 5472–5476.
<https://doi.org/10.1021/ja01626a006>
- Dewi, S. K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan , Sikap dan Perilaku Pencegahan Demam Berdarah. Seminar Nasional Keperawatan Universitas Muhammadiyah Surakarta (SEMNASKEP) 2020, 73–79.
- Duha, H. W. P. (2024). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Ud Henny Aluminium Telukdalam Kabupaten Nias Selatan. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan, 7(1), 204–214.
- (Erna. (2022). INDIKATOR HARGA. Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 12(2004), 6–25.
- Firdaus, A., & Damanuri, A. (2024). Fungsi Manajemen Dalam Meningkatkan Pelayanan Nasabah Di Pt. Bpr Raga Surya Nuansa Ponorogo. Jesya, 7(1), 863–870.
<https://doi.org/10.36778/jesya.v7i1.1470>
- Hardianto, F. N. (2024). ANALISIS KORELASI KUALITAS INSTITUSI DAN. 21(1), 161–170.
- Hasanah, N. (2024). Stresor Tantangan dan Hambatan: Sebuah Tinjauan Kritis Kerangka Teoritis Multipel. 12(2), 49–57.
- Huda, I. U. H., Karsudjono, A. J., & Darmawan, R. D. (2024). Pengaruh Content Marketing Dan Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Usaha Kecil Menengah Di Media Sosial. Al-KALAM: JURNAL KOMUNIKASI, BISNIS DAN MANAJEMEN, 11(1), 69.
<https://doi.org/10.31602/al-kalam.v11i1.3453>
- Indonesia, M. sains. (2024). PENGANTAR MANAJEMEN.
- Isra, M., Diah, W., & Ely, R. (2024). Manajemen Pemasaran: Konsep dan Teori. In Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents.
- Januareva, T. S. (2023). Jurnal dunia pendidikan. Jurnal Dunia Pendidikan, 3, 67–78.
<http://jurnal.stokbinaguna.ac.id/index.php/JURDIP/article/view/2083>
- Kurniawan, D. (2020). Regresi Linier. Statistic, 1–6.
- National, G. (2019). Pelaksanaan Fungsi-Fungsi Manajemen Dalam Peningkatan Mutu Lembaga Pendidikan Islam. Al-Rabwah, XIII(1), 27–44.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. A. N. (2023). Gambar 2. 1 Kerangka

- Landasan Teori 2.1.2 Pengertian Manajemen. 19–71.
- Pustaka, K., Pemikiran, K., & Hipotesis, D. a N. (2024). Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran Dan Hipotesis. i, 16–45.
- Putri, C., & Trisnowati, J. (2021). Surakarta Management Journal. Syrakarta Management, 2(1), 103–110.
- Saputra, E., & Zulmaulida, R. (2020). Pengaruh Gaya Kognitif Terhadap Kemampuan Komunikasi Matematis Melalui Analisis Koefisien Determinasi Dan Uji Regresi. Jurnal Ilmiah Pendidikan Matematika Al Qalasadi, 4(2), 69–76. <https://doi.org/10.32505/qalasadi.v4i2.2250>
- Setya Budi, A. D. A., Septiana, L., & Panji Mahendra, B. E. (2024). Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian. Jurnal Multidisiplin West Science, 3(01), 01–11. <https://doi.org/10.58812/jmws.v3i01.878Sina>, I. (2024). Metodologi Penelitian Kualitatif Dan Kuantitatif Untuk Ilmu Sains. 63. <https://repository.penerbitwidina.com/publications/567675/metodologi-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif-untuk-ilmu-sains>
- Sinica, A. P., Science, A. L., Stedmon, C. A., Markager, S., Bro, R., Fellman, J. B., Petrone, K. C., Grierson, P. F., D’Orazio, V., Traversa, A., Senesi, N., Lapierre, J. F., Frenette, J. J., Catalá, T. S., Mladenov, N., Echevarría, F., Reche, I., Science, E., Technology, R., ... Qianheng, G. (2019). PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAYANAN PROVIDER. Estuarine, Coastal and Shelf Science, 2020(1), 473–484.
- Siregar, H. D., Wassalwa, M., Khairina Janani, & Harahap, I. S. (2022). Analisis Uji Hipotesis Penelitian Perbandingan Menggunakan Statistik Parametrika. Al Itihadu Jurnal Pendidikan, 1(1), 3. <https://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu/article/view/44%0Ahttps://jurnal.asrypersadaquality.com/index.php/alittihadu/article/download/44/74>
- Suryantoro, H., Firdaos, M. R., Irawan, T. T., & Wihartika, D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pulaubeku Bogor. Jurnal Manajemen Pratama, 1(2), 275–291. <https://namara-feb.unpak.ac.id/index.php/namara/index>
- Yuliani, W., & Supriatna, E. (2023). Metode Penelitian Bagi Pemula. 1–59.