

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

Oleh:

Safrin Edy¹

Wa Ode Al Zarliani²

Muhammad Nur Amin³

Universitas Muhammadiyah Buton

Alamat: JL. Betoambari No. 36 Kel. Lanto Kec. Betoambari, Baubau, Sulawesi

Tenggara, Indonesia (93721).

Korespondensi Penulis: safriediumb@email.com

Abstract. *This research aims to investigate the influence of product quality and price factors on purchasing decisions for "Kaopi'ku" flour. The research sample consisted of 100 consumers who purchased "Kaopi'ku" flour. The analysis method used is multiple regression and t test using SPSS software. The research results show that product quality does not have a significant influence on purchasing decisions with a probability value of $0.473 > 0.05$, and the calculated t value of the product quality variable is $0.719 < 1.666$, indicating that product quality has no partial effect on purchasing decisions. On the other hand, price has a significant influence on purchasing decisions with a probability value of $0.000 < 0.05$, and the calculated t value of the price variable is $7.079 > 1.666$, indicating that price has a partially significant influence on purchasing decisions. This research provides a deeper understanding of the factors that influence consumer purchasing decisions for "Kaopi'ku" flour and highlights the practical implications that can be drawn from the findings of this research for relevant stakeholders.*

Keywords: *Quality, Price, Purchasing Kaopi'ku Products.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki pengaruh faktor kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian tepung "Kaopi'ku". Sampel penelitian terdiri dari

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

100 konsumen yang membeli tepung "Kaopi'ku". Metode analisis yang digunakan adalah regresi berganda dan uji t dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai probabilitas sebesar $0,473 > 0,05$, dan nilai t yang dihitung untuk variabel kualitas produk adalah $0,719 < 1,666$, yang menunjukkan bahwa kualitas produk tidak memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai t yang dihitung untuk variabel harga adalah $7,079 > 1,666$, yang menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap tepung "Kaopi'ku" dan menyoroti implikasi praktis yang dapat diambil dari temuan penelitian ini bagi pemangku kepentingan yang relevan.

Kata Kunci: Kualitas, Harga, Pembelian Produk Kaopi'ku.

LATAR BELAKANG

Industri pangan di Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan, menjadi salah satu sektor industri kecil yang memiliki peran penting dalam perkembangan ekonomi nasional. Industri pangan melibatkan berbagai jenis usaha yang mengolah komoditas pertanian menjadi produk bernilai tambah (Sayekthi et al., 2023). Dukungan terhadap Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran strategis dalam membangun perekonomian nasional. Data dari Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa jumlah UMKM di Indonesia terus bertambah, mencapai 99,99% dari total pengusaha pada tahun 2012 (Sarwono, 2022). Peran UMKM tidak hanya terbatas sebagai penggerak ekonomi, tetapi juga memungkinkan produk kreatif daerah dikenal lebih luas dan memberikan peluang bisnis bagi pelaku usaha lokal.

UMKM juga menjadi wadah yang baik untuk penciptaan lapangan pekerjaan. Baik pemerintah, swasta, maupun pelaku usaha perorangan dapat berperan dalam merencanakan dan mengembangkan lapangan kerja melalui UMKM. Dengan memberikan dukungan yang tepat, UMKM dapat menjadi tulang punggung ekonomi, menciptakan kesempatan kerja, dan menggerakkan roda perekonomian secara lebih luas (Andrie Soemitra, Achmad Zulfikar, Siregar, 2020). Dengan demikian, pengembangan

UMKM bukan hanya mempercepat pertumbuhan ekonomi, tetapi juga membantu memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas, menjadikan UMKM memiliki peran penting dalam memajukan perekonomian nasional secara inklusif dan berkelanjutan.

Makin ketatnya persaingan dan kompleksitas dunia usaha, sehingga memicu suatu persaingan diantara perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang jasa, perdagangan maupun industri. Agar dapat menjalankan bisnis dengan baik dan efisien, manajemen perusahaan harus memiliki kemampuan untuk mengantisipasi dan memenangkan persaingan. Bisnis di seluruh dunia menghadapi peluang dan tantangan bisnis baru, serta persaingan yang terus-menerus untuk meningkatkan pangsa pasar. Akibatnya, perusahaan harus menentukan strategi pasar yang tepat untuk memasarkan produk mereka agar usahanya bertahan dan memenangi persaingan. Semua bisnis menginginkan keberhasilan dalam bisnis, jadi tidak dapat bertahan tanpa transaksi pembelian (Umadji, 2019).

Semua pelaku usaha menginginkan keberhasilan dalam bisnisnya, jadi tidak dapat bertahan tanpa transaksi pembelian. Agar dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lain, perusahaan harus dapat memasarkan barang atau jasa yang mereka buat kepada konsumen (Jafri, 2021). Banyak cara yang dapat digunakan perusahaan untuk memuaskan kebutuhan konsumen dengan menyediakan produk dengan harga yang murah dengan mempertimbangkan harga yang dapat terjangkau sehingga dapat membuat konsumen menentukan keputusan pembelian. Teori perilaku pelanggan dan pemasaran menyatakan bahwa keputusan pembelian dan pilihan produk seringkali dipengaruhi oleh dorongan yang sifatnya psikologis. Produk memang tidak dirancang untuk memenuhi kebutuhan fungsionalnya saja namun juga memuaskan kebutuhan sosial dan psikologi, oleh karena itu perusahaan harus mengerti apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen (Yaumil, 2019).

Industri pangan olahan merupakan salah satu industri yang saat ini perkembangannya sangat pesat. Hal ini disebabkan karena makanan merupakan kebutuhan pokok manusia. Permintaan terhadap berbagai jenis makanan sangat ditentukan oleh tingkat kesejahteraan masyarakat serta perubahan gaya hidup masyarakat akan perkembangan jaman. Konsumsi masyarakat akan tepung terigu begitu besar karena tepung terigu banyak digunakan dalam pembuatan kue-kue, mie dan roti. Padahal bahan baku tepung terigu yaitu gandum merupakan komoditas yang 100% harus diimpor dari

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

luar negeri. Kenaikan harga gandum di pasar dunia sangat mempengaruhi harga tepung terigu di tanah air, yang dapat membuat industri yang berbahan baku tepung terigu kewalahan karena sulit mendapat bahan baku, serta harganya mahal sehingga margin keuntungan tipis. Agar dapat mengurangi ketergantungan terhadap pemakaian tepung terigu, perlu dicari alternatif pengganti bahan pangan yang memiliki karakter mendekati tepung terigu. Tepung mocaf merupakan singkatan dari *Modified Cassava Floar* atau tepung singkong termodifikasi. Prinsip pembuatan tepung mocaf adalah dengan memodifikasi sel singkong secara fermentasi, sehingga menyebabkan perubahan karakteristik tepung yang dihasilkan lebih baik berupa naiknya viskositas, kemampuan gelasi, daya rehidrasi dan kemudahan melarut, warna lebih putih dan tidak berbau. Tepung mocaf dapat digunakan sebagai bahan baku, baik substitusi maupun seluruhnya, dari berbagai jenis produk bakeri seperti kue kering (*cookies*, *naster*, dan *kaastengel* dan lain-lain), kue basah (*cake*, *kue lapis*, *brownis*, *spongy*) dan roti tawar. Selain itu tepung mocaf juga dapat di gunakan dalam pembuatan bihun, dan campuran produk lain berbahan baku gandum atau tepung beras. Hasil produk berbahan baku tepung mocaf ini tidak jauh berbeda dengan produk yang menggunakan bahan tepung terigu maupun tepung beras

Harga gandum di pasar internasional mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap harga tepung terigu di dalam negeri, sehingga dapat membebani industri yang memproduksi dengan menggunakan bahan baku tepung terigu karena tingginya biaya dan terbatasnya margin keuntungan bahan baku. Pencarian alternatif pangan pengganti yang memiliki khasiat serupa dengan tepung terigu penting dilakukan untuk mengurangi ketergantungan terhadap penggunaan tepung terigu. Tepung singkong/ubi kayu modifikasi atau tepung singkong termodifikasi disebut dengan tepung mocaf. Ide di balik produksi tepung mocaf adalah untuk mengubah sel singkong melalui fermentasi, yang akan meningkatkan sifat tepung dan meningkatkan viskositas, kemampuan gelasi, kemampuan rehidrasi, mudah larut dan warna lebih putih serta tidak berbau (Nurdin, 2018). Sehingga tepung mocaf dapat digunakan sebagai bahan baku, baik substitusi maupun seluruhnya, untuk berbagai jenis produk olahan makanan seperti bihunan campuran produk lainnya seperti kue kering (*cookies*, *naster*, dan *kaastengel* dan lain-lain), kue basah (*cake*, *kue lapis*, *brownis*, *spongy*) dan roti tawar. Hasil produk berbahan

baku tepung mocaf ini tidak jauh berbeda dengan produk yang menggunakan bahan tepung terigu maupun tepung beras yang sering digunakan.

Pengembangan masyarakat pertanian yang makin berdaya menjadi sebuah kebutuhan mendesak, terutama di lingkungan pedesaan. Salah satu contoh nyata dari upaya pengembangan ini adalah inisiatif yang dilakukan oleh Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera di Desa Bola. Mereka berhasil memanfaatkan tepung mocaf sebagai pengganti tepung terigu dalam pembuatan tepung Kaopi'ku. Usaha ini telah berjalan sejak tahun 2018 dan berhasil memasarkan produknya di beberapa minimarket di Kota Baubau Sulawesi Tenggara. Meskipun usaha ini menunjukkan potensi yang besar dalam mengembangkan ekonomi lokal dan memperkenalkan produk tradisional yang berkualitas, namun masih terdapat kendala yang dihadapi, terutama terkait dengan peningkatan penjualan. Meskipun kualitas produk tepung Kaopi'ku telah terbukti dapat bersaing dengan tepung terigu, namun belum mampu bersaing produk lain dipasaran seperti tepung merek kompas dan rose brand. Selain itu ketidakpahaman konsumen tentang keunggulan produk Kaopi'ku, menjadi hambatan dalam meningkatkan penjualan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh faktor kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian produk Kaopi'ku. Dengan demikian, diharapkan hasil penelitian ini tidak hanya memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen, tetapi juga akan membantu Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif dan berkelanjutan bagi produk Kaopi yang akan berdampak pada pemberdayaan ekonomi lokal, tetapi juga pada pengembangan masyarakat pertanian yang makin berdaya dalam memanfaatkan potensi sumber daya lokal.

KAJIAN TEORITIS

Teori Pembangunan Ekonomi dan Peran UMKM Teori pembangunan ekonomi menunjukkan bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian, terutama di negara berkembang seperti Indonesia. UMKM berkontribusi pada penciptaan lapangan kerja, pengurangan kemiskinan, dan pengembangan ekonomi lokal. Menurut Andrie Soemitra, Achmad Zulfikar, dan Siregar (2020), dukungan terhadap UMKM sangat penting karena mereka dapat menjadi tulang

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

punggung ekonomi dengan menciptakan kesempatan kerja dan memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Teori Persaingan dan Strategi Pemasaran Dalam konteks persaingan global, perusahaan harus memiliki strategi pemasaran yang efektif untuk bertahan dan berkembang. Teori persaingan, seperti yang dikemukakan oleh Umadji (2019), menjelaskan bahwa untuk memenangkan persaingan, perusahaan perlu mengantisipasi perubahan pasar dan merumuskan strategi yang tepat. Strategi ini melibatkan penentuan harga yang kompetitif dan pemahaman tentang kebutuhan dan preferensi konsumen.

Teori Perilaku Konsumen Teori perilaku konsumen menekankan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial, bukan hanya kebutuhan fungsional. Yaumil (2019) menyatakan bahwa perusahaan perlu memahami dorongan psikologis konsumen untuk memenuhi kebutuhan sosial dan psikologi mereka. Ini penting untuk memasarkan produk secara efektif dan mempengaruhi keputusan pembelian.

Teori Inovasi Produk Inovasi produk merupakan kunci untuk menghadapi tantangan dan perubahan pasar. Nurdin (2018) menguraikan bahwa pengembangan tepung mocaf sebagai alternatif tepung terigu adalah contoh inovasi produk yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas bahan baku dan mengurangi ketergantungan pada impor. Inovasi ini juga memberikan solusi untuk masalah harga bahan baku dan memperkenalkan alternatif yang sesuai dengan kebutuhan industri pangan.

Penelitian oleh Sayekthi et al. (2023) Penelitian ini menguraikan bagaimana industri pangan di Indonesia, termasuk UMKM, berperan penting dalam pengolahan komoditas pertanian menjadi produk bernilai tambah. Penelitian ini memberikan gambaran tentang kontribusi UMKM terhadap pertumbuhan ekonomi dan bagaimana mereka dapat memanfaatkan peluang dalam industri pangan. Penelitian oleh Sarwono (2022) Studi ini menyediakan data kuantitatif mengenai jumlah UMKM di Indonesia dan perannya dalam perekonomian nasional. Data ini menunjukkan bahwa UMKM menyumbang hampir seluruh pengusaha di Indonesia, menegaskan pentingnya sektor ini dalam pembangunan ekonomi. Penelitian oleh Andrie Soemitra, Achmad Zulfikar, dan Siregar (2020) Penelitian ini membahas peran strategis UMKM dalam penciptaan lapangan kerja dan penggerak ekonomi.

Hasil penelitian ini mendukung pentingnya dukungan terhadap UMKM untuk mempercepat pertumbuhan ekonomi dan memperkenalkan produk lokal ke pasar yang lebih luas. Penelitian oleh Jafri (2021) Penelitian ini mengkaji bagaimana perusahaan dapat memasarkan produk mereka dengan harga yang kompetitif dan memahami kebutuhan konsumen. Ini penting untuk membangun strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan. Penelitian oleh Yaumil (2019) Penelitian ini meneliti bagaimana keputusan pembelian dipengaruhi oleh faktor psikologis dan sosial. Hasil penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan konsumen dengan lebih baik. Penelitian oleh Nurdin (2018) Penelitian ini fokus pada pengembangan tepung mocaf sebagai alternatif tepung terigu. Studi ini memberikan landasan untuk penelitian mengenai inovasi produk dan solusi untuk masalah ketergantungan pada impor gandum. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh faktor kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian produk Kaopi'ku yang menggunakan tepung mocaf. Dengan mengidentifikasi faktor-faktor tersebut, diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih baik tentang preferensi konsumen dan membantu dalam mengembangkan strategi pemasaran yang efektif dan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Desa Bola, Kecamatan Batauga, Kabupaten Buton Selatan pada Kelompok Wanita Tani (KWT) Bangun Sejahtera dan waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2024. Alasan penulis memilih tempat ini karena merupakan tempat PKL penulis, dengan pertimbangan peneliti lebih mengetahui tentang kondisi di Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek atau objek yang memiliki karakter dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh seorang peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulan (Jamarnis & Susanti, 2019). Populasi dalam penelitian ini yaitu jumlah rata-rata pelanggan yang melakukan pembelian produk *kaopi'ku* dalam sebulan. Data ini didapatkan berdasarkan wawancara bersama ketua Kelompok Wanita Tani (KWT) Bangun Sejahtera. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu menggunakan *Convenience Sampling*, dimana peneliti memiliki kebebasan untuk memilih siapa saja yang dapat dijadikan sampel sesuai persyaratan dari

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

populasi yang ada. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei dengan mengambil semua populasi yaitu 100 orang responden

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang dilakukan dengan merumuskan hipotesis untuk menjawab masalah yang dirumuskan dalam pernyataan. Pendekatan kuantitatif ini diambil karena melalui pendekatan ini proses penelitian dapat dilakukan secara terstruktur dan menggunakan sampel penelitian yang dianggap dapat mewakili populasi yang diteliti sehingga hasil yang diperoleh dalam penelitian ini merupakan suatu yang bersifat konklusif untuk populasi atas sampel yang diambil (Artaya, 2018). Sumber data yaitu data Primer, adalah data yang diperoleh dengan mengumpulkan langsung dari lapangan atau sumber yang diamati dan dicatat untuk pertama kali. Data primer dari penelitian ini adalah data yang diambil secara langsung dari hasil wawancara dengan pemilik usaha, pengelola usaha serta kuesioner dari pelanggan produk *kaopi'ku*. Data Sekunder, adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan dari sumber-sumber yang ada. Data ini diperoleh dari buku-buku dan sumber lainnya.

Teknik pengumpulan data yang diperlukan dalam penelitian ini melalui beberapa cara, yaitu: observasi, dengan cara mengamati secara langsung objek yang akan diteliti sehingga memperoleh gambaran yang nyata dari keadaan lokasi penelitian, wawancara dan pengisian kuisisioner yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung terhadap masyarakat di Kota Baubau berdasarkan kuisisioner/pertanyaan kepada pelanggan *kaopi'ku* yang menjadi responden pada penelitian ini. Dokumentasi adalah mengambil gambar pada saat melakukan pengamatan maupun wawancara.

Variabel penelitian berupa sesuatu hal yang ingin diteliti serta dapat mengambil kesimpulannya. Pada penelitian ini terdiri dari variabel bebas yaitu kualitas produk (X1), kualitas produk adalah tingkat keunggulan dari suatu produk yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen *kaopi'ku*. dan harga (X2), harga adalah sejumlah nominal uang yang dibayarkan oleh konsumen untuk mendapatkan produk. dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y), keputusan pembelian adalah tindakan umum dalam hal membeli suatu produk oleh konsumen sebelum mendapatkan keinginan atau kebutuhan dari produk (Hakim & Suprihhadi, 2022).

Tabel 1. Indikator Instrument Penelitian

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indicator	Skala Pengukuran
-----	----------	-------------------	-----------	------------------

1.	Kualitas Produk	kualitas produk adalah tingkat keunggulan dari suatu produk yang diharapkan untuk memenuhi keinginan konsumen.	<ul style="list-style-type: none"> • Kinerja • Keandalan • Kesesuaian • Ketahanan • Estetika • Daya tarik 	Likert 1-5
2.	Harga	Harga adalah nilai dari produk atau jasa yang harus dikeluarkan atau dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk atau jasa.	<ul style="list-style-type: none"> • Keterjangkauan harga, • Kesesuaian harga dengan kualitas produk • Daya saing harga • Kesesuaian harga dengan keinginan. 	Likert 1-5
3.	Keputusan Pembelian	Keputusan pembelian adalah suatu penentuan atau pemilihan tindakan ketika melakukan pembelian.	<ul style="list-style-type: none"> • Adanya kebutuhan akan suatu produk • Timbul keinginan terhadap suatu produk • Daya beli yang dimiliki konsumen 	Likert 1-5

Sumber: Data olah, 2024

Teknik analisis data adalah suatu kegiatan mengolah data yang telah dikumpulkan dari lapangan atau pustaka menjadi seperangkat hasil, baik dalam bentuk penemuan baru maupun dalam kebenaran hipotesis (Melpiana & Sudarajat, 2022). Pertama dengan melakukan uji validitas untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dari kuesioner tersebut. Valid atau tidaknya alat ukur tersebut dapat diuji dengan mengkorelasikan antara skor butir pertanyaan dengan skor total variabel. koefisien validitas itu kurang daripada 0,30 dianggap sebagai tidak memuaskan. Angka ini ditetapkan sebagai konvensi yang didasarkan pada asumsi distribusi skor dari

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

kelompok subyek yang berjumlah besar. Sehingga dapat disimpulkan bahwa: jika nilai $r_{hitung} \geq 0,05$ berarti pernyataan valid dan jika nilai $r_{hitung} \leq 0,05$ berarti pernyataan tidak valid.

Selanjutnya uji reliabilitas adalah derajat ketepatan, yaitu ketelitian, atau keakuratan yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran. Uji reliabilitas juga dapat dikatakan sebagai suatu alat yang digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, Kriteria pengujian adalah jika nilai $r_{hitung} \geq 0,60$ berarti pernyataan valid dan jika nilai $r_{hitung} \leq 0,60$ berarti pernyataan tidak valid.

Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *cronbach's alpha*. Berdasarkan hasil yang telah dikumpulkan melalui pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang berisi daftar pertanyaan beserta pilihan jawaban selanjutnya dibuat daftar tabulasi data dimana data ini dianalisis dengan menggunakan program SPSS. Adapun teknik analisis data yang dipergunakan oleh penulis adalah regresi linier berganda dengan model analisis sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

A = konstanta

b_1 = koefisien regresi dari kualitas produk

b_2 = Koefisien regresi dari harga

X_1 = Kualitas Produk

X_2 = Harga

Selanjutnya melakukan Uji t, untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Sari & Suryoko, 2017). Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria jika nilai signifikan $> 0,05$ maka hipotesis ditolak (koefisien regresi tidak signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen (X) yaitu harga (Hrg) dan kualitas produk (KPk) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian (KP) dan jika

nilai signifikan $\leq 0,05$ maka hipotesis diterima (koefisien regresi signifikan). Hal ini berarti bahwa variabel independen yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (Y) yaitu keputusan pembelian. Nilai t hitung diperoleh dari rumus:

$$t \text{ hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t hitung = nilai t

r = nilai koefisien korelasi

n = jumlah sampel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera

Usaha Kaopi'ku dikelola Kelompok Wanita Tani (KWT) Bangun Sejahtera adalah inisiatif pengolahan hasil pertanian yang berfokus pada pengolahan ubi kayu menjadi tepung Kaopi'ku, sebagai bahan utama Kasoami, yaitu makanan tradisional etnis Buton. Tepung Kaopi'ku, yang dihasilkan juga sebagai bahan baku untuk mengolah produk turunan lainnya seperti jajanan tradisional seperti tuli-tuli, epu-epu, roko-roko dan lain-lain. Kemudian KWT Bangun Sejahtera melakukan adopsi inovasi dalam pengolahan ubi kayu dengan menggunakan mesin pengolahan sehingga dapat menghasilkan tepung kaopi yang memiliki tekstur yang halus dan warna hingga dapat menyerupai terigu. Sehingga tepung kaopi dapat diolah menjadi kue-kue moderen seperti brownies, nastar, dan bolu gulung dan lain sebagainya (Edy S. et al., 2023). Dengan dukungan dari Dinas Pertanian Kabupaten Buton Selatan Sulawesi Tenggara berupa alat produksi pengolahan tepung. Hal ini sangat membantu KWT Bangun Sejahtera untuk lebih meningkatkan efisiensi dan kualitas produksi. Dengan harapan produk kaopi yang dihasilkan dapat bersaing dengan produk lain yang ada dipasaran. Selain itu usaha kaopi dapat memberikan pertumbuhan ekonomi dan pelestarian pangan lokal melalui pengembangan produk. Sehingga akan berimplikasi terhadap kesejahteraan petani dan juga perkembangan yang positif bagi dunia usaha.

Karakteristik Responden

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

Dalam penelitian ini, karakteristik responden merujuk pada identitas dari individu-individu yang menjadi sampel penelitian. Sampel penelitian ini terdiri dari 75 konsumen yang telah mengisi kuesioner. Mereka dipilih untuk mewakili populasi tertentu. Berdasarkan jenis kelamin, dari 75 responden tersebut, terdapat 35 orang yang merupakan laki-laki dan 40 orang yang merupakan perempuan. Dengan demikian, sampel penelitian ini mencakup representasi dari responden yang diharapkan dapat memberikan pandangan yang lebih komprehensif terhadap fenomena yang diteliti.

Uji Validitas dan Reabilitas

Uji validitas menguji sejauh mana ketepatan instrumen masing-masing variabel, dimana yang digunakan dalam penelitian ini berisi 15 pertanyaan yang harus di jawab oleh 75 responden, yang berfungsi untuk menguji indikator variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian apakah valid atau tidak. Untuk mendapatkan nilai *rtabel* dapat menggunakan rumus *df (degree of freedom) = n - 2* ($75 - 2 = 73$) dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$), dan untuk *r tabel* dari seluruh variabel adalah 0,227, butir-butir pernyataan dalam penelitian ini dinyatakan valid jika *rhitung* > *rtabel*.

Tabel 2. Uji Validitas

Pernyataan	<i>rhitung</i> (<i>Person Correlation</i>)	Nilai <i>rtabel</i> $n=75, \alpha=5\%$	Status
1	0,685	0,227	Valid
2	0,840	0,227	Valid
3	0,777	0,227	Valid
4	0,743	0,227	Valid
5	0,788	0,227	Valid

Sumber: Data olah, 2024

Dengan menggunakan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$, maka nilai *rtabel* untuk $n=75$ adalah 0,227. Dengan membandingkan nilai *rhitung* dengan nilai *rtabel*, diperoleh hasil bahwa semua nilai *rhitung* yang dihitung lebih besar daripada nilai *rtabel*. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua korelasi yang dihitung dalam penelitian ini valid pada tingkat signifikansi $\alpha=5\%$.

a. Uji Validitas Harga

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harga

Pernyataan	<i>r_{hitung}</i> (<i>Person Corelation</i>)	Nilai <i>r_{tabel}</i> n=75 $\alpha=5\%$	Status
1	0,840	0,227	Valid
2	0,520	0,227	Valid
3	0,672	0,227	Valid
4	0,728	0,227	Valid
5	0,674	0,227	Valid

Sumber: Data yang diolah, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan tentang harga memiliki nilai *r_{hitung}* yang signifikan, dengan nilai-nilai yang beragam antara 0,520 hingga 0,840. Nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai *r_{tabel}* dengan tingkat signifikansi $\alpha=5\%$, dan hasilnya semua nilai *r_{hitung}* melebihi nilai *r_{tabel}* yang sesuai, sehingga semua pernyataan tentang harga dianggap valid dalam uji ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur aspek harga dalam penelitian ini dapat dianggap valid, karena memiliki korelasi yang signifikan dengan konstruk yang diukur.

b. Uji Validitas Keputusan Pembelian

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

Pernyataan	<i>r_{hitung}</i> (<i>Person Corelation</i>)	Nilai <i>r_{tabel}</i> n=75 $\alpha=5\%$	Status
1	0,730	0,227	Valid
2	0,747	0,227	Valid
3	0,782	0,227	Valid
4	0,839	0,227	Valid
5	0,787	0,227	Valid

Sumber: Data diolah, 2024

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan tentang keputusan pembelian memiliki nilai *r_{hitung}* yang signifikan, dengan nilai-nilai yang beragam antara 0,730 hingga 0,839. Nilai-nilai tersebut dibandingkan dengan nilai *r_{tabel}* dengan tingkat

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

signifikansi $\alpha=5\%$, dan hasilnya semua nilai *r*hitung melebihi nilai *r*tabel yang sesuai, sehingga semua pernyataan tentang keputusan pembelian dianggap valid dalam uji ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pernyataan-pernyataan yang digunakan untuk mengukur aspek keputusan pembelian dalam penelitian ini dapat dianggap valid, karena memiliki korelasi yang signifikan dengan konstruk yang diukur.

c. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 25.0, dengan melihat perbandingan antara nilai *r*hitung > *r*tabel dengan taraf signifikan $95\% = 5\%$, sebagaimana pada Tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Tingkat Reliabel Berdasarkan Nilai Alpha

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 s.d 0,20	Kurang Reliabel
$\geq 0,20$ s.d 0,40	Agak Reliabel
$\geq 0,40$ s.d 0,60	Cukup Reliabel
$\geq 0,60$ s.d 0,80	Reliabel
$\geq 0,80$ s.d 100	Sangat Reliabel

Sumber: Data diolah, 2024

1) Uji Reliabilitas kualitas Produk

Uji reliabilitas kualitas produk dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha, yang merupakan metode umum untuk mengukur konsistensi internal dari sebuah alat ukur. Nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh adalah 0,796, dengan total 6 item yang diuji. Nilai Cronbach's Alpha yang mendekati 1 menunjukkan tingkat konsistensi internal yang lebih tinggi, dan dalam konteks ini, nilai 0,796 menunjukkan bahwa alat ukur tersebut memiliki konsistensi internal yang baik dalam mengukur kualitas produk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa alat ukur yang digunakan dapat diandalkan untuk mengukur kualitas produk dengan konsistensi yang baik.

2) Uji Reliabilitas Harga

Pada hasil uji reliabilitas, terdapat statistik yang disebut Cronbach's Alpha yang memiliki nilai sebesar 0,785. Cronbach's Alpha adalah sebuah ukuran yang digunakan untuk mengevaluasi konsistensi internal dari sebuah alat ukur atau instrumen. Nilai Cronbach's Alpha berkisar antara 0 hingga 1, di mana nilai yang lebih tinggi menandakan

tingkat konsistensi internal yang lebih baik. Dalam konteks ini, nilai 0,785 menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mengukur kualitas produk memiliki konsistensi internal yang cukup baik. Selain nilai Cronbach's Alpha, terdapat informasi tentang jumlah item yang diuji, yaitu sebanyak 6. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam proses pengujian, terdapat enam pertanyaan atau elemen yang digunakan untuk mengukur kualitas produk. Dengan demikian, hasil statistik tersebut menyatakan bahwa alat ukur yang digunakan memiliki tingkat konsistensi internal yang cukup baik (ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha yang tinggi), dan pengukuran tersebut dilakukan dengan menggunakan enam item untuk menilai kualitas produk.

3) Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,787, sedangkan jumlah item yang diuji sebanyak 6. Cronbach's Alpha adalah sebuah angka yang berkisar antara 0 dan 1, dimana nilai yang lebih tinggi menunjukkan tingkat konsistensi internal yang lebih baik. Dalam konteks ini, nilai 0,787 menunjukkan bahwa alat ukur tersebut memiliki tingkat konsistensi yang cukup baik dalam mengukur kualitas produk. Selanjutnya, jumlah item yang diuji adalah 6, yang menandakan bahwa ada enam pertanyaan atau elemen yang digunakan untuk menilai kualitas produk. Dengan demikian, hasil statistik tersebut menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan relatif konsisten dan dapat dipercaya dalam mengukur kualitas produk dengan menggunakan enam item.

4) Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	4.303	2.027		2.135	0.033
	Kualitas Produk X1	0.033	0.042	0.055	0.719	0.473

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

	Harga X2	0.749	0.107	0.548	7.081	0.000
<i>Dependent Variable: Keputusan Pembelian Y</i>						

Sumber: Data diolah, 2024

Berdasarkan hasil analisis linear berganda maka didapatkan persamaan sebagai berikut : $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

Maka dari model diatas dapat dimasukkan output SPSS sebagai berikut :

$$Y = 4,303 + 0,033X_1 + 0,749X_2 + e$$

- a. Nilai konstanta sebesar 4,303, jika di asumsikan variabel kualitas produk (X2) dan variabel Harga (X2) sama dengan nol maka keputusan pembelian pada pembelian produk tepung *kaopi'ku* dapat tetap atau tidak berubah sebesar satuan 4,303 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konsisten.
- b. Nilai keofisien regresi berganda untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,033 memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tepung *kaopi'ku* dalam hal ini apabila terjadi peningkatan variabel kualitas produk (X1) sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian Produk Tepung *kaopi'ku* akan naik sebanyak 0,033 dengan dugaan variabel lainnya adalah konsisten atau tetap.
- c. Nilai keofisien regresi berganda untuk variabel Harga (X2) dengan jumlah 0,749 memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian Tepung *Kaopi'ku* dalam hal ini setiap terjadi peningkatan variabel harga (X2) sebesar satu-satuan maka keputusan pembelian Tepung *Kaopi'ku* akan naik sebesar 0,749 dengan asumsi variabel lainnya adalah tetap atau konsisten.

5) Uji t

Uji stastistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen, dengan melakukan pengujian menggunakan tingkat signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Berdasarkan Tabel 6, hasil uji t maka diperoleh hasil sebagai berikut :

- a. Variabel kualitas produk mempunyai angka signifikan $0,473 > 0,05$ maksudnya tidak signifikan, sementara nilai *thitung* variabel kualitas produk $0,719 < 1,666$ maka diperoleh hasil jika hipotesis H_a ditolak dan H_0 ditetima, maksudnya yaitu variabel kualitas produk mempunyai pengaruh secara secara positif dan signifikan pada keputusan pembelian tepung *kaopi'ku*..

- b. Variabel harga memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai *thitung* variabel harga $7,079 > 1,666$ sehingga dapat disimpulkan bahwa hipotesa H_a diterima dan H_0 ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tepung *kaopi'ku*.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t variabel kualitas produk diperoleh nilai *thitung* sebesar 0,719 lebih kecil dari *ttabel* ($0,719 < 1,666$), dengan nilai signifikansi sebesar $0,473 > 0,05$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,030; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh positif dan signifikan faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian tepung *kaopi'ku*” Ditolak. Kualitas produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebuah perusahaan harus memperhatikan kualitas produk yang diciptakannya, karena kualitas produk merupakan suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan para konsumen dalam melakukan pembelian sebuah produk atau jasa. Artinya Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera harus lebih memperhatikan lagi tentang kualitas produk yang diberikan, banyak hal yang bisa dilakukan untuk bisa meningkatkan kualitas produk, mulai dari tekstur, rasa, kemasan menarik yang bisa menggugah selera konsumen dan daya tahan lama, jika kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen akan meningkatkan minat beli konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh (Agusra, 2018) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Mamasuka”, dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara kualitas terhadap keputusan pembelian produk Tepung Mamasuka.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji t variabel harga memiliki nilai signifikan $0,000 < 0,05$ artinya signifikan, sedangkan nilai *thitung* variabel harga $7,079 > 1,666$, dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 > 0,05$, dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,030; maka hipotesis yang menyatakan bahwa “Diduga ada pengaruh positif dan signifikan faktor harga terhadap keputusan pembelian tepung *kaopi'ku*” Diterima. Harga memiliki peranan utama dalam proses pengambilan keputusan bagi pembeli, yaitu peranan alokasi dan peranan informasi. Penetapan harga merupakan tugas yang

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

menunjang keberhasilan operasi organisasi profit maupun non-profit. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pendapatan bagi organisasi ataupun perusahaan (Kuengo et al., 2022). Karena pada prinsipnya jika harga yang diberikan atau yang ditawarkan oleh Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera itu rendah maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, namun jika Kelompok Wanita Tani Bangun Sejahtera menaikkan atau meninggikan harga produk tersebut maka akan menurunkan tingkat keputusan pembelian konsumen. Pernyataan ini sesuai dengan hasil riset yang dilakukan oleh (Hakim & Suprihhadi, 2022) dengan judul penelitian "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Tepung Segitiga Biru Di Dinoyo Mart Surabaya, yang menyatakan bahwa variabel harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Tepung Segitiga Biru. Daya saing harga memiliki peran penting dalam mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh faktor kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku, dapat ditarik kesimpulan bahwa Variabel kualitas produk, diperoleh nilai t hitung sebesar 0,719 lebih kecil dari nilai t tabel ($0,719 < 1,666$) dengan nilai signifikansi sebesar $0,473 > 0,05$, dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,030. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan bahwa "Diduga ada pengaruh positif dan signifikan faktor kualitas produk terhadap keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku" Ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku berdasarkan hasil penelitian ini. Variabel harga, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, nilai t hitung variabel harga sebesar 7,079 lebih besar dari nilai t tabel ($7,079 > 1,666$) dan koefisien regresi memiliki nilai positif sebesar 0,030. Berdasarkan hasil tersebut, hipotesis yang menyatakan bahwa "Diduga ada pengaruh positif dan signifikan faktor harga terhadap keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku" Diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara harga dan keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku, yang menunjukkan bahwa harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen terhadap produk tersebut.

Sebagai masukan untuk industri pangan lokal dalam pemberdayaan petani berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan terkait pengaruh faktor kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku dapat meliputi meskipun tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas produk dan keputusan pembelian Tepung Kaopi'ku, industri pangan lokal harus terus meningkatkan kualitas produknya dengan peningkatan proses produksi, pemilihan bahan baku yang berkualitas, dan inovasi produk. Harga memainkan peran penting dalam keputusan pembelian konsumen terhadap Tepung Kaopi'ku, sehingga strategi penetapan harga yang tepat perlu diperhatikan oleh industri pangan lokal dengan memahami pasar dan pesaing. industri pangan lokal juga dapat memperkuat pemberdayaan petani melalui kemitraan yang berkelanjutan, termasuk pemberian bimbingan teknis, pelatihan, dan dukungan dalam pemasaran dan distribusi produk. Promosi produk lokal, termasuk Tepung Kaopi'ku, dapat meningkatkan kesadaran konsumen terhadap produk lokal dan memperluas pangsa pasar, sehingga akan memberikan dampak positif bagi perekonomian lokal serta peningkatan pendapatan bagi petani dan pelaku usaha di sektor pangan.

DAFTAR REFERENSI

- Agusra, D. (2018). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Bumbu MamaSuka (The Effect Product And Price Toward Purchases Decision MamaSuka Spicy Flour). *Journal of Chemical Information and Modeling*, 2(1), 1689–1699.
- Andrie Soemitra, Achmad Zulfikar Siregar, Z. M. N. (2020). Pengaruh Pertumbuhan Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Mamuju. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan*, 1(2), 157–172.
- Artaya, I. P. (2018). Pengaruh Sikap dan Keyakinan Konsumen dalam Keputusan Pembelian Tepung Terigu Merek Gunung Bromo Produk PT. Bogasari Flour Mills Surabaya. *BISMA (Bisnis Dan Manajemen)*, 1(1), 64. <https://doi.org/10.26740/bisma.v1n1.p64-71>
- Edy S. et al. (2023). Peluang Enterpreneur Wanita Tani Dalam Diversifikasi Ubi Kayu Sebagai Bahan Baku Pangan Konvensional. *SWARNA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 256–264.
- Hakim, M. A., & Suprihadi, H. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi

PENGARUH KUALITAS DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAO'PI

- terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Jokopi Cabang Dinoyo Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, Vol.11(No.9).
- Jafri, M. (2021). Pengaruh Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Toko Roti Soes Merdeka, Ketintang). *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(2), 1286–1292.
- Jamarnis, S., & Susanti, F. (2019). Pegaruh Harga Dan Periklanan Melalui Internet Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sabun Merek Lux Pada Mahasiswa Stie “Kbp” Padang. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan*, 2(1), 1–10.
- Kuengo, F. A., Taan, H., & Radji, D. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda Brio Pada Nengga mobilindo Kota Gorontalo. *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 5(1), 54–65. <https://doi.org/10.37479/jimb.v5i1.14234>
- Melpiana, E., & Sudarajat, A. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow Beauty. *Management and Accounting Expose*, 5(1). <https://doi.org/10.36441/mae.v5i1.599>
- Nurdin, J. (2018). Strategi pemasaran tepung mocaf sebagai bahan substitusi tepung terigu pada industri pangan olahan di Makasar. *Jurnal Ilmiah METANSI "Manajemen Dan Akutansi"*, 1(2), 59–65.
- Sari, V. A., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Teh Siap Minum Dalam Kemasan Teh Botol Sosro (Studi Kasus Pada Mahasiswa S1 Fisip Undip Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 453–464.
- Sarwono Hartadi A. (2022). Profil Bisnis Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Ukm). In *Bank Indonesia dan LPPI* (September). Lembaga Pengembangan Perbankan Indonesia.
- Sayekthi, J. A., Qubro, K. T., & Kristaung, R. (2023). *Pangan Lokal Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian (Jakarta Timur)*. 3(2), 213–220.
- Umadji, N., Lapian, S. L. H. V. J., Jorie, R. J., Yang, A. F., Perilaku, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., & Manajemen, J. (2019). *ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI DI BREAD FACTORY*. 7(4), 6086–6095.
- Yaumil. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian*

produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus Pada Konsumen Carrefour Panakukkang Makassar).