

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk UMKM Dekranasda Kota Depok

Jihan Citradewi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
Jihan.citrad@gmail.com

Elmira Siska

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
elmira.ems@bsi.ac.id

Natal Indra

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika
natal.nia@bsi.ac.id

Abstract. *This study aims to determine the influence of product quality and price on purchasing decisions for MSME products in Dekranasda Depok City. The method used in this study is a quantitative approach with primary data collection through questionnaires. The sample in this study consisted of 50 consumers who shopped at Dekranasda Depok City and were selected using the side-by-side accidental method. Data analysis was performed using descriptive statistics, instrument data tests, multiple regression analysis, and hypothesis testing using IBM SPSS Statistics 25 software. The results showed that product quality partially impacts purchasing decisions, and prices partially impact MSME product purchasing decisions. When these two variables are observed simultaneously, both product quality and price have a significant influence on the purchase decision of MSME products Dekranasda Depok City*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchasing Decision, MSME*

Abstrak. Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada produk umkm di Dekranasda Kota Depok. Metode yang dipakai dalam penelitian ini yakni pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data primer melalui kuesioner. Sampel dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berbelanja di Dekranasda Kota Depok terdiri dari 50 konsumen yang dipilih menggunakan metode accidental sampling. Analisis data dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, uji instrument data, analisis regresi berganda dan pengujian hipotesis dengan menggunakan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berdampak terhadap keputusan pembelian dan harga secara parsial berdampak terhadap keputusan pembelian produk UMKM. Ketika kedua variabel tersebut diamati secara simultan, baik kualitas produk maupun harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Dekranasda Kota Depok.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, UMKM

LATAR BELAKANG

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan peran penting dalam perekonomian suatu negara. UMKM merupakan sektor yang menggerakkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan memberikan kontribusi dalam pemerataan pendapatan. Di Indonesia, UMKM menjadi tulang punggung ekonomi dengan menyumbang sebagian besar pendapatan nasional dan menyerap tenaga kerja yang signifikan. UMKM merupakan jenis bisnis yang memiliki peran cukup besar pada peningkatan penyerapan tenaga kerja dan sebagai roda penggerak perekonomian negara Indonesia (Fidela et al., 2020). Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, jumlah UMKM mencapai 99% dari keseluruhan unit usaha. Kontribusi UMKM terhadap PDB juga mencapai 60,5%, dan terhadap penyerapan tenaga kerja adalah 96,9% dari total penyerapan tenaga kerja nasional.

Peran Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dinilai sangat mendukung untuk mengurangi angka kemiskinan dan pengangguran. Dapat dibuktikan usaha ini menjadi salah satu program pemerintah yang memperkokoh perekonomian. Pemerintah sadar bahwa sepenuhnya kebijakan dukungan tersebut mampu mengkondisikan UMKM Indonesia yang makmur. Maka usaha tersebut dijadikan sebagai pelopor perekonomian di Indonesia. Usaha mikro, kecil dan menengah sudah menjadi tumpuan masyarakat yang menjadi salah satu usaha yang paling digemari, yang terbukti penyerapan tenaga UMKM di Depok sebesar 73% (Afifuddin, 2017). Pada saat ini perkembangan UMKM di Depok, Jawa Barat sangat pesat peningkatannya hingga mencapai 15%. Hal ini terbukti dari survei internal pelaku UMKM. Indikatornya mulai dari sisi jumlah pelaku usaha hingga pendapatan yang meningkat. Di Depok mempunyai tiga sektor yang unggul yaitu kuliner, fashion, dan *handy craft* (Ratna Purnama, 2017).

Peningkatan jumlah UMKM di Kota Depok saat ini dari tahun 2016-2021 mengalami kenaikan setiap tahunnya. Peningkatan UMKM di Kota Depok semakin diperhatikan oleh pemerintah karena menurut pemerintah peningkatan tersebut masih belum cukup. Pemerintah mendukung pelaku UMKM dengan menurunkan rasio PPh Final UMKM dari 1% menjadi 0.5% seperti yang telah disebutkan di peraturan Pemerintah Nomor 23 Tahun 2018, dengan harapan bahwa diskon PPh final ini menjadi peluang untuk dapat digunakan sebagai ekspansi usaha. Adapun pemerintahan Kota

Depok memberikan dukungan penuh kepada UMKM di Kota Depok guna untuk melebarkan jangkauan mereka dengan adanya perluasan akses pasar.

Usaha Mikro, Kecil dan Menengah terus dikembangkan disetiap daerah, pelatihan terhadap pengusaha UMKM adalah salah satu program pemerintah yang ditujukan kepada pengusaha UMKM untuk meningkatkan kualitas produk nya. Salah satu daerah yang terus meningkatkan sektor usaha UMKM adalah Kota Depok, pada tahun 2021 jumlah UMKM terdaftar di Kota Depok mencapai 219. 238 unit UMKM, jumlah tersebut hanya beberapa persen dari jumlah UMKM di Indonesia tahun 2021.

Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda) adalah Usaha Mikro, Kecil dan Menengah masyarakat Kota Depok yang berdiri sejak tahun 2016, didirikan oleh Elly Farida. UMKM Dekrasnada di dukung oleh Dewan Kerajinan Nasional Daerah untuk meningkatkan kemampuan pemasaran dan mendorong perluasan pasar UMKM warga Kota Depok yang kerap kali menggelar pameran kreatif dan festival untuk memperkenalkan kerajinan masyarakat Kota Depok. Terdapat beragam produk industri kreatif yang diperjual belikan diantaranya kriya atau *craft* (rajutan, perca, ecopoint dan aksesoris) hingga kuliner, fashion atau baju yang dibuat oleh warga Kota Depok.

Dalam konteks UMKM, Unit Pengelola Kegiatan Usaha (UPPKU) Dekranasda Kota Depok menonjol sebagai lembaga yang mendukung pengembangan UMKM di wilayah tersebut. Dekranasda Kota Depok adalah unit pelaksana teknis daerah yang bertanggung jawab dalam pengembangan usaha kerajinan dan produk industri kreatif di Kota Depok. Salah satu upaya dekranasda Kota Depok dalam meningkatkan daya saing produk UMKM adalah melalui peningkatan kualitas produk dan strategi penetapan harga yang tepat.

Menurut (Farhan et al., 2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil yang selaras dengan (Yuniati, 2016) bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, UMKM Dekranasda Kota Depok berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkannya dengan produk yang ditawarkan oleh UMKM pesaing. Harga merupakan pertimbangan yang penting bagi konsumen. Mahal atau murah nya harga suatu produk akan menentukan kualitas dari produk tersebut. Kualitas produk yang bagus akan memiliki nilai jual atau harga yang tinggi, dan kualitas

produk yang standar akan memiliki harga yang lebih murah dari produk yang memiliki kualitas bagus. Setelah melihat dari kualitas produk dan harga, maka konsumen akan memutuskan barang apa yang akan dibeli.

Pada penelitian yang dilakukan oleh (Alam et al., 2022) menunjukkan bahwa variabel harga dan variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan pada penelitian yang dilakukan oleh (Fatimah et al., 2020) menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk kopi liberika dalam perspektif Islam pada gerai UMKM Mekar Jaya. Research gap tersebut menjadi motivasi penulis untuk melakukan studi ini yang tujuannya guna menganalisis, mengetahui dan memahami dampak harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian pada produk UMKM Dekranasda Kota Depok, sehingga diharapkan UMKM dapat meningkatkan daya saing mereka di pasar yang kompetitif, mengoptimalkan potensi pertumbuhan bisnis, dan berkontribusi lebih besar dalam pembangunan ekonomi Kota Depok secara keseluruhan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada pemerintah setempat, terutama Dekranasda Kota Depok, dalam merancang kebijakan dan program yang lebih efektif dalam mendukung UMKM.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang sangat berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun tersirat yang dilakukan tatap muka atau secara langsung antara penjual dengan calon pelanggan dalam proses memperkenalkan produk. Cara proses penyampaian informasi kepada para pelanggan dan membujuk mereka agar membeli produk tersebut melalui komunikasi pribadi (Purnama & Rialdy, 2019).

Menurut (Sangadji & Sopiah, 2015) berpendapat bahwa kualitas produk meliputi kinerja, keandalan, fitur, daya tahan, konsistensi dan desain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Harahab et al., 2021), (Felicia, 2020), (2020), (Cahya et al., 2021) dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk UMKM

H1: Kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian produk UMKM.

Harga

Perusahaan tidak menggunakan pendekatan pemasaran yang dirancang untuk mencapai tujuan mereka sebaliknya, pendekatan yang mereka gunakan untuk menetapkan harga barang berbeda. Para produsen menggunakan harga produk yang dibuat dan dipasarkan untuk menarik pelanggan dari segala segmen pasar (Bakti et al.,2020). Dalam bidang pemasaran, penetapan harga dianggap sebagai komponen integral dari fungsi diferensiasi barang, karena berfungsi sebagai mekanisme di mana vendor dapat membedakan produk atau layanan mereka dari pesaing mereka. Selain itu, ada variasi harga yang signifikan (Zulaicha & Irawati, 2016).

Strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menetapkan harga barang, bertolak dari strategi pemasaran yang diformulasikan untuk mencapai tujuan perusahaan. Para produsen menggunakan harga barang yang di produksi dan dijual untuk menarik konsumen dari segala segmen (Bakti et al., 2020). Harga adalah sejumlah uang yang perlu konsumen keluarkan guna mendapatkan produk atau jasa sebagai nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat, kepemilikan, atau penggunaan dari suatu produk atau jasa (Kotler & Amstrong, 2016).

Dalam indikator yang mempengaruhi harga ada empat ukuran yang mencirikan sebuah harga yaitu (Hendri, 2018):

1. Keterjangkauan harga.

Pelanggan bisa menjangkau harga yang telah ditentukan oleh perusahaan. Produk tersebut biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek dan harga yang berbeda-beda dari termurah sampai harga termahal.

2. Harga sesuai kemampuan atau daya saing harga.

Pelanggan sering sekali membandingkan harga suatu produk dengan produk lain. Dalam konteks ini mahal atau murahnya suatu produk itu sangat dipertimbangkan oleh pelanggan pada saat akan membeli produk.

3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk.

Harga sering sekali dijadikan sebagai indikator kualitas bagi para pelanggan, sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat

adanya perbedaan kualitas. Semakin mahal harga barang tersebut maka kualitasnya pun akan lebih baik.

4. Kesesuaian harga dengan manfaat.

Pelanggan memutuskan untuk membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya. Jika pelanggan merasakan manfaat produk lebih kecil dari yang dikeluarkan maka konsumen akan beranggapan bahwa produk tersebut mahal dan konsumen akan berfikir dua kali untuk melakukan pembelian berulang (Arda & Andriany, 2019).

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nasution & Lesmana, 2018), (Harahab et al., 2021), (Felicia, 2020), 2020), dan (Cahaya et al., 2021) dengan hasil penelitian yang mengatakan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

H2: Ada dampak parsial harga pada keputusan pembelian produk UMKM.

Keputusan Pembelian

Perilaku pembelian konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan perusahaan dalam menjalankan usahanya tersebut. Keputusan pembelian adalah pengambilan keputusan konsumen proses memilih rangkaian atau tindakan dimana antara dua macam alternatif yang ada (atau lebih) untuk mencapai masalah tertentu dalam mengambil keputusan pembelian, faktor-faktor dalam pengambilan keputusan haruslah diperhatikan oleh pihak konsumen, baik harga maupun kualitas produk tersebut (Kurniawan Gultom, 2017). Keputusan pembelian adalah hasil suatu hubungan yang saling mempengaruhi dan rumit, antara faktor-faktor budaya, pribadi, sosial dan psikologis.

Menurut (Firmansyah, 2019) ada lima indikator yang mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembeliannya, indikator-indikator tersebut yaitu: Prioritas dalam pembelian, Pertimbangan dalam membeli, Kemantapan dalam membeli, Kecepatan memutuskan memilih merek produk, Kemudahan dalam mendapatkan atau memperoleh merek produk

H3: Ada dampak simultan kualitas produk dan harga pada keputusan pembelian produk UMKM.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data primer melalui kuesioner yang disebarakan kepada 50 konsumen produk UMKM Dekranasda Kota Depok. Data sekunder juga akan digunakan untuk memperoleh informasi tambahan tentang UMKM Dekranasda Kota Depok, seperti profil usaha, strategi pemasaran, dan perkembangan bisnis terkini.

Pendekatan penelitian ini menggunakan deskriptif yang berupaya mengkaji bagaimana suatu variabel memiliki suatu keterkaitan atau berhubungan dengan variabel lainnya. Dalam pengolahan data menggunakan teknik analisis yang meliputi uji instrumen, uji asumsi klasik, regresi linear berganda, dan uji hipotesis secara parsial dan simultan menggunakan software IBM SPSS Statistics 25. Selain itu, analisis deskriptif juga akan digunakan untuk memberikan gambaran umum tentang profil konsumen, preferensi, dan faktor-faktor lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	r hitung	r tabel	Sig
Kualitas Produk	0,93	0,279	0,000
Harga	0,817	0,279	0,000
Keputusan Pembelian	0,947	0,279	0,000

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 1 dapat dilihat bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas produk, harga dan keputusan pembelian dikatakan valid karena setiap pertanyaan memiliki nilai r hitung $> 0,279$.

Uji Reabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas

No	Variabel	Cronbach's Alpha
1	Kualitas Produk (X1)	0,883
2	Harga (X2)	0,818
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,847

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Berdasarkan tabel 2 data yang sudah diolah didapatkan hasil nilai Cronbach's Alpha pada variabel keputusan pembelian dengan nilai sebesar 0,847, kualitas produk dengan nilai sebesar 0,883 dan harga dengan nilai sebesar 0,818. Suatu model dikatakan reliable apabila memiliki nilai cronbach's alpha $> 0,60$ maka dapat disimpulkan semua item instrumen atau kuesioner yang digunakan reliable dan layak digunakan untuk mengumpulkan data.

Regresi Linear Berganda

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	3,372	2,535		1,330	,190
Kualitas produk	,530	,123	,490	4,301	,000
Harga	,310	,100	,352	3,092	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Berdasarkan data yang disajikan pada tabel 3 diatas, diketahui persamaan regresi $Y = 3,372 + 0,530 (X1) + 0,310 (X2)$, maka hal ini menunjukkan variabel kualitas produk dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Hasil uji parsial pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian disajikan pada tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji t

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients	T	Sig.
	Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B		Beta		
1(Constant)	3,372	2,535		1,330	,190
Kualitas produk	,530	,123	,490	4,301	,000
Harga	,310	,100	,352	3,092	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 4 nilai statistik dari uji t, yaitu kualitas produk dengan tingkat signifikansi 0,000 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan t hitung sebesar $4,301 > t$ tabel 2,012, sehingga dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini berarti semakin meningkat kualitas produk di UMKM Dekranasda Kota Depok maka akan meningkatkan penjualan di UMKM Dekranasda Kota Depok. Hasil yang selaras dengan (Astuti & Febriaty, 2017) dan (Cahya et al., 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari uji t menunjukkan variabel harga memiliki nilai signifikansi 0,003 yang artinya lebih kecil dari 0,05 dan t hitung sebesar $3,092 > t$ tabel 2,012, berarti bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan di UMKM Dekranasda Kota Depok seperti, harga terjangkau, harga sesuai dengan kualitas produk, diskon atau potongan harga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nasution & Lesmana, 2018) dan (Harahab et al., 2021) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Uji Signifikansi Simultan (Uji F)**Tabel 5. Hasil Uji f****ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	159,498	2	79,749	26,448	,000 ^b
Residual	141,722	47	3,015		
Total	301,220	49			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai Fhitung sebesar $26,448 > F_{tabel} 3.191$ dengan probabilitas sig $0,000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada produk UMKM di Dekranasda Kota Depok.

Koefisien Determinasi**Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	,728 ^a	,530	,509	1,73648	

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk

Sumber: Hasil Pengelolaan Data SPSS 25

Berdasarkan hasil pada tabel 6 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,530 yang berarti 53% serta berhubung hanya memakai 2 variabel maka nilai yang diperoleh dari adjusted R square sebesar 0,509 atau 50,9% dimana variasi variabel keputusan pembelian (Y) ditentukan oleh variabel independen yaitu kualitas

produk (X1) dan harga (X2) sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa besarnya kontribusi variabel independen kualitas produk (X1) dan Harga (X2), secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk di UMKM Dekranasda Kota Depok sebesar 0,530 yang berarti 53%, sisa nya dipengaruhi oleh variabel lain dari luar variabel yang diteliti. Sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Fahmi, 2017) dan (Sari & Prihartono, 2021) yang menyatakan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat diambil kesimpulan sebagai berikut. Pertama, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kedua, variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Secara simultan, variabel kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk UMKM Dekranasda Kota Depok.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan bagi pelaku UMKM di Dekranasda Kota Depok untuk meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga produk yang bersaing, sehingga dapat meningkatkan volume penjualan produk UMKM Dekranasda Kota Depok.

DAFTAR REFERENSI

- Afifuddin. (2017). Peran UMKM untuk Perangi Kemiskinan. Available at: Kompasiana.com website: <https://www.kompasiana.com/riribrawbraw/5869e057137b61600673e02d/peran-umkm-untuk-perangi-kemiskinan>, diakses tanggal 26 April 2023.
- Alam, R. S., Hamid, R. S., & Sapar. (2022). Pengaruh Komunikasi Pemasaran Digital, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UMKM. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Performa*, 19(01), 56–68.

<https://doi.org/10.29313/performa.v19i01.9721>

- Arda, M., & Andriany, D. (2019). Analisis Faktor Stimuli Pemasaran dalam Keputusan Pembelian Online Produk Fashion Pada Generasi Z. *Prosiding FRIMA (Festival Riset Ilmiah Manajemen Dan Akuntansi)*, (2), 434–440. <https://doi.org/10.55916/FRIMA.V0I2.66>
- Astuti, R., & Febriaty, H. (2017). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 1(1), 35–42. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1039299>
- Bakti, U., Hairudin, & Alie, M. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Pada Toko Online Lazada di Bandar Lampung Oleh. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 101–118. <https://doi.org/https://doi.org/10.37721/je.v22i1.633>
- Cahya, A. D., Rahmawati, A. W., & Ningsih, A. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bakpia Sonder 543. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(1), 13–26. <https://doi.org/10.32493/JPKPK.V5I1.11055>
- Fahmi, M. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1). Retrieved from <https://sciencemakarioz.org/jurnal/index.php/maksitek/article/view/7>
- Farhan Muhammad, A., & Saputri, M. E. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Wingman Denim Bandung. *E-Proceeding of Management*, 7(1), 1401–1412. Retrieved from www.ayobandung.com
- Fatimah, N., Kasnelly, S., & Hamid, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Liberika Dalam Perspektif Islam Pada Gerai Umkm Mekar Jaya. *Al-Mizan : Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2), 67–83. Retrieved from <https://ejournal.an-nadwah.ac.id/index.php/almizan/article/view/181>
- Felicia. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Halal Umkm Di 212 Mart Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 5(1), 78–87. <https://doi.org/10.30596/MANEGGIO.V5I1.10586>
- Fidela, A., Pratama, A., & Nursyamsiah, T. (2020). Pengembangan Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) dengan Program Pemasaran Desa Jambu Raya di Desa Jambu, Kabupaten Sumedang. *Jurnal Pusat Inovasi Masyarakat (PIM)*, 2(3), 493–498. Retrieved from <https://journal.ipb.ac.id/index.php/pim/article/view/31318>
- Firmansyah, M. A. (2019). *Perilaku Konsumen. In Perilaku Konsumen Sikap dan Pemasaran* (2nd ed.). Surabaya: Pendidikan Deepublish.
- Harahab, D. F., Mryanti, Y., & Herawati, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Umkm Mie Ayam Dan Bakso Barokah Ina Kabupaten Bungo). *National Conference on Applied Business, Education, & Technology (NCABET)*, 1(1), 533–546. <https://doi.org/10.46306/NCABET.V1I1.42>
- Hendri, R. P. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Cosmic Bandung. *Universitas Pasundan*

Bandung, 1(1).

- Kotler, & Armstrong, G. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran* (Jilid 1, E). Jakarta: Erlangga.
- Kurniawan Gultom, D. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1(1). Retrieved from <https://sciencemakarioz.org/jurnal/index.php/KOHESI/article/view/51>
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada CV. XP Computer, Boyolali). *Prosiding Seminar Nasional Vokasi Indonesia*, 1(1), 83–88. <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Purnama, N. I., & Rialdy, N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Personal Selling Terhadap Kepuasan Pelanggan Alat-Alat Bangunan Pada PT. Rodes Chemindo Medan. *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 174–181. <https://doi.org/10.30596/SNK.V1I1.3595>
- Ratna Purnama. (2017, January 16). UMKM Belimbing, Mulai dari Jus, Dodol hingga Cake. Available at: [Sindonews.com website: https://ekbis.sindonews.com/berita/1171373/34/umkm-belimbing-mulai-dari-jus-dodol-hingga-cake](https://ekbis.sindonews.com/berita/1171373/34/umkm-belimbing-mulai-dari-jus-dodol-hingga-cake), diakses tanggal 28 April 2023.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2015). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA*, 5(3), 1171–1184. Retrieved from [http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=Analisis Komparatif Pengukuran Kinerja Entitas Syariah Dengan Balance Scorecard Dan Masalah Scorecard](http://download.garuda.ristekdikti.go.id/article.php?article=1490064&val=12596&title=Analisis%20Komparatif%20Pengukuran%20Kinerja%20Entitas%20Syariah%20Dengan%20Balance%20Scorecard%20Dan%20Masalah%20Scorecard)
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian pendidikan : (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Bandung: Alfabeta. Retrieved from <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=281396>
- Yuniati, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Secara Online. *Jurnal Penelitian Universitas Jambi Seri Humaniora*, 18(1), 27–37.
- Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.35314/inovbiz.v4i2.76>