

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Segitiga Biru Di Toko Bahan Kue Diva Tamin Malang

Siti Soimah¹, Albert Gamot M²
Fakultas Ekonomi Pembangunan
Universitas Terbuka
Email : ssoimah739@gmail.com

Published: December, 2025

ABSTRACT

Pengamatan dilakukan Untuk menyelidiki pengaruh kualitas dan harga tepung segitiga biru di toko bahan kue Diva Tamine di Malang serta faktor-faktor yang paling signifikan memengaruhi keputusan pembelian tepung segitiga biru. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dan kualitatif, yang kita ambil dari data primer dan sekunder, dimana jumlah responden sebanyak 36 orang. Metode menggunakan data kuesioner, serta menguraikannya menggunakan Uji Validitas, Reliabilitas, dan Analisis Regresi Linier Sederhana. Temuan pengamatan menghasilkan pertama Hasil analisis regresi linier berganda parsial membuktikan bahwa harga memiliki berpengaruh terhadap keputusan pembelian tepung segitiga biru di toko diva. Penemuan analisis regresi linier berganda parsial membuktikan bahwa kualitas produk tidak ada pengaruh signifikan terhadap pilihan pembelian tepung segitiga biru di toko bahan kue Diva Tamin.

Kata kunci: Kualitas, Harga, keputusan pembelian

ABSTRACT

This observation aims to test the influence of the quality and price of blue triangle flour at the Diva Tamine cake ingredient store in Malang as well as the most significant factors influencing the purchasing decision of blue triangle flour. The method used is quantitative and qualitative, which we take from primary and secondary data, with a sample size of 36 people. The data collection method uses questionnaire data, and describes the data using Validity Test, Reliability Test, and Simple Linear Regression Analysis Test. The observation findings produce first The results of partial multiple linear regression analysis prove that price has a significant influence on the purchasing decision of blue triangle flour at the Diva store. The findings of partial multiple linear regression analysis prove that product quality has no significant influence on the purchasing choice of blue triangle flour at the Diva Tamin cake ingredient store.

Key words: *Quality, Price, Purchase Decision*

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Tepung terigu adalah masakan yang terbuat dari biji-bijian gandum dengan cara pembuatannya digiling hingga halus. Simatupang (2017:39) mengatakan “salah satu isu strategis dalam pembangunan suatu negara yaitu merupakan ketahanan pangan”. Tepung ini merupakan makanan pokok yang bisa digunakan untuk berbagai macam masakan. Tepung terigu dengan protein yang tinggi memiliki kegunaan untuk membuat mie dan kue, sedangkan kandungan tepung segitiga biru memiliki protein yang tinggi. Tepung segitiga biru juga ada di toko bahan kue diva.

Limakrisna dan Purba (2017: 119) menyatakan, "Harga berfungsi sebagai instrumen pasar digunakan oleh kelompok (tujuan pemasaran). Biaya yaitu elemen lain dimana dapat memengaruhi keputusan konsumen. Produk merupakan barang yang ada di pasar dimana tujuannya untuk menarik minat supaya memenuhi kebutuhan konsumen. Produk bisa berwujud barang, pelayanan, kegiatan, tempat, kelompok, rancangan, atau gabungan kombinasi dari elemen-elemen ini (Kotler dan Armstrong 2017: 226). Kualitas produk mencakup setiap aspek produk yang ditawarkan dan menciptakan keunggulan serta nilai bagi semua pelanggan (Tjiptono dan Chandra, 2016).

Pelaku bisnis juga harus merumuskan strategi bisnis agar berhasil dalam persaingan. Perusahaan harus menggabungkan strategi yang berkaitan dengan citra dan kualitas perusahaan (Prabowo, Apriatni, & Prabawani, 2015). Di era digital ini, konsumen semakin selektif dalam memilih produk karena mereka dapat dengan cepat mengidentifikasi barang mana yang berkualitas tinggi dan mana yang tidak. Kriteria. Selain Kualitas produk dan harga barang elemen penting lainnya yang sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan dan merupakan aspek penting dalam penjualan. Banyak bisnis gagal karena strategi penetapan harga yang salah. Harga harus sesuai dengan kondisi keuangan konsumen, dan faktor penting lainnya dalam mengambil keputusan pembelian adalah biaya.

Toko Diva Malang yaitu toko bahan kue terlengkap dan sangat terpercaya. Pusat cabang toko diva pertama kali di Jalan Kyai Tamin No. 110, Sukoharjo, Klojen Malang, memiliki rating tertinggi di Google karena dianggap sebagai toko bahan kue terbesar, Penataan barang yang rapi dan tempat bersih menjadi salah satu ketertarikan para konsumen untuk terus membeli di toko diva. Perlu diketahui awal pembukaan toko diva pertama kali di jl. Kyai tamin. Namun, saat ini toko Diva semakin berkembang sampai memiliki 2 cabang lainnya yaitu Toko Diva Sawojajar dan Singosari. Jadi memudahkan para konsumen untuk bisa membeli bahan-bahan kue ke cabang-cabang terdekat di sekitaran rumah kalian.

Konsumen memutuskan tentang preferensi merek-merek yang terdapat di kumpulan pilihan merupakan arti dari keputusan pembelian (Kotler dan Keller, 2009: 240). Di sekitaran toko Diva terdapat juga beberapa toko bahan kue lainnya, konsumen mempertimbangkan banyak hal pada keputusan membeli atau berbelanja di toko bahan kue diva. Semua karyawan dan staf serta pemimpin perusahaan berusaha untuk memberikan yang terbaik untuk kepuasan konsumen, baik dari kualitas dan harga.

METODE

Pendekatan penelitian ini berkaitan dengan strategi khusus peneliti untuk menyatukan informasi. Pengamatan dilakukan dengan kuantitatif. Suharsimi (2013) pendekatan kuantitatif merupakan teknik pengamatan yang dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan penyajian temuan melalui nilai numerik. Melalui penerapan metode-metode ini, ikatan yang bermakna antara variabel yang diamati dapat diungkap, menciptakan wawasan yang menjelaskan karakteristik subjek penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi hipotesis dengan menggunakan metode komputasi statistik. Penelitian ini mengkaji pengaruh X1 dan X2. Metodenya menunjukkan cara khusus yang dilakukan peneliti untuk menyatukan data. Penggunaan metode-metode ini memungkinkan peneliti untuk mengetahui variabel yang sudah kita teliti, memberikan hasil karakteristik partisipan penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk memvalidasi hipotesis dengan menerapkan komputasi statistik (Kualitas Produk) terhadap Y (Keputusan Pembelian). Penelitian verifikasi mengharuskan evaluasi teori dengan menentukan apakah suatu hipotesis terkonfirmasi atau ditolak. Populasi terdiri dari semua item atau entitas dalam area tertentu yang memenuhi kriteria tertentu terkait dengan isu penelitian. Penelitian ini berpusat pada orang-orang yang membeli produk Tepung Segitiga Biru di toko perlengkapan kue Diva Tamin

Sampel adalah kelompok yang sangat kecil dengan kualitas yang sama dengan populasi yang cukup besar. Narimawati (2010: 38) mendefinisikan sampel sebagai subset dari populasi yang dipilih untuk dijadikan unit observasi dalam suatu pengamatan. Ukuran sampel untuk penelitian ini terdiri

dari 36 responden. Sampel terdiri dari individu yang telah melakukan pembelian Tepung Segitiga biru di toko diva. Uji validitas, sebuah langkah krusial dalam penelitian kami, dilakukan untuk memastikan keaslian kuesioner. Kuesioner dianggap valid jika mampu menghasilkan data akurat terkait variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilaksanakan supaya memvalidasi konsistensi hasil pengukuran ketika pengukuran yang sama dilakukan beberapa kali menggunakan instrumen yang sama.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

dikatakan valid jika rhitung lebih besar dari rtabel begitupun sebaliknya , bisa disebut tidak valid apabila r hitung lebih kecil dari r tabel. Untuk bisa mendapatkan nilai r hitung kita menguji dengan SPSS, untuk rtabel bisa diketahui dengan melihat tabel r. Dari tabel product moment untuk degree of freedom (df) = N - 2, dimana N yaitu $36 - 2 = 34$, maka didapatkan rtabel sebesar 0,329 pengujian yaitu :

Tabel
1.
Hasil Uji
Validitas

Variabel	Nilai rhitung	Nilai rtabel	Keterangan
Pernyataan X1.1	0,547	0,329	Valid
Pernyataan X1.2	0,795	0,329	Valid
Pernyataan X1.3	0,761	0,329	Valid
Pernyataan X1.4	0,619	0,329	Valid
Pernyataan X2.1	0,758	0,329	Valid
Pernyataan X2.2	0,741	0,329	Valid
Pernyataan X2.3	0,564	0,329	Valid
Pernyataan Y.1	0,622	0,329	Valid
Pernyataan Y.2	0,538	0,329	Valid
Pernyataan Y.3	0,508	0,329	Valid

tabel 1 menghasilkan sebagai berikut yaitu nominal rhitung > rtabel bisa dikatakan valid, dimana rhitung sebesar $0,547 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,795 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,761 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,619 > rtabel\ 0,329$ dan rhitung sebesar $0,758 > rtabel\ 0,329$. Angka rhitung sebesar $0,741 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,564 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,622 > rtabel\ 0,329$, rhitung sebesar $0,538 > rtabel\ 0,329$ dan rhitung sebesar $0,508 > rtabel\ 0,329$.

Uji

Realibilitas

Tabel
2.
Hasil Uji
Reliabilitas

Variabel	Cronbac	Keteran
Kualitas Produk	0,874	Reliabe
Harga (X2)	0,737	Reliabe
keputusan (Y)	0,928	Reliabe

tabel 2 pengujian ini bisa diuji caranya melakukan perbandingan angka nilai Cronbach Alpha dimana nilai Cronbach Alpha > 0,60. tabel 2 didapatkan nilai Cronbach's alpha variabel kualitas senilai $0,874 > 0,60$, Harga produk $0,737 > 0,60$ dan keputusan pembelian $0,928 > 0,60$ jadi bisa kita simpulkan pernyataan dalam penelitian ini bisa disimpulkan reliabel.

Uji t (Uji Parsial)

Dalam pengujian ini kita harus menentukan nilai ttabel terlebih dahulu caranya yaitu :

Ho1 = Kualitas tepung secara parsial sangat tidak berpengaruh terhadap Y

H11 = Kualitas tepung secara parsial berpengaruh signifikan Y

Ho2 = Harga tepung secara parsial tidak berpengaruh terhadap Y

H12 = Harga produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y

Rumus ttabel = $N - K = 36 - 3 = 33$

N = responden yang menjawab

K = pernyataan variabel X dan Y

Jadi, ttabel = 2,03452 (cara pendapatan nilai dapat dilihat ttabel)

Uji ini dilakukan agar kita tahu keakuratan hubungan diantara variabel dengan menggunakan spss.

Tabel

3.

Hasil Signifikansi Secara Parsial

(Uji t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.690	1.859		1.985	.055
	X1	-.018	.134	-.022	-.138	.891
	X2	.599	.176	.557	3.409	.002
a. Dependent Variable: Y						

Bisa dilihat pada tabel 3 bahwa hasil analisis memiliki nilai konstanta atau $b = 3.690$, dan juga koefisiennya $X1 = -.018$ dan $X2 = 0,599$ jadi bisa disimpulkan bahwa persamaan regresi linear berganda variabel harga ($X2$) dan kualitas produk ($X1$) berpengaruh terhadap Y.

$$Y = 3,690 - 0,18X1 + 0,599X2 + 0,05$$

Penjelasan tabel 3 menghasilkan :

Jika angka tingkat $X1$ sig 0.891 $\geq 0,05$ kesimpulannya tidak berpengaruh sama sekali

Angka tingkat $X2$ sigma 0,002 $\leq 0,05$ kesimpulannya berpengaruh

angka t hitung = -0,138 $t < 2,03452$, kesimpulannya tidak memiliki pengaruh sama sekali

angka t hitung = 3.409 $\geq t$ table = 2,03452, kesimpulannya memiliki pengaruh terhadap Y

Hasil dari pengujian kedua variabel independen ini kita simpulkan bahwa variabel kuat dalam pengaruh signifikansi Y tepung di toko diva malang yaitu Harga ($X2$). Perihal ini disebabkan oleh koefisien regresi variabel harga yang tertinggi, yaitu 0,599, dengan nilai signifikansi terendah, yaitu 0,002, dibandingkan kualitas produk yang memiliki koefisien -0,18 dan nilai signifikansi 0,891. Uji hipotesis parsial memiliki tujuan untuk mengidentifikasi pengaruh variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian tepung segitiga biru di toko Diva, baik secara terpisah maupun terpisah. Melakukan Uji parsial dengan membandingkan nilai t hitung dengan nilai t tabel 0,05. Uji parsial dianggap signifikan jika nilai t hitung lebih besar nilai t tabel dengan kesalahan lebih sedikit dari 0,05 (5%).

Tabel 3 menghasilkan bahwa nilai ($X2$) 0,002. Dengan ambang signifikansi 0,05, terlihat bahwa nilai signifikansi 0,002 $> 0,05$, dan t hitung sebesar 3,409 lebih besar nilai t tabel yaitu 2,03452.

Hal ini memperlihatkan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi pilihan pembelian tepung segitiga biru di toko kue Diva Malang, jadi kita bisa terima hipotesa ini. Analisis pada variabel (X1) memberikan hasil senilai 0,891 dimana ambang signifikansi 0,05, terlihat bahwa nilai signifikansi -0,891 > 0,05, dan t hitung sebesar -0,138 > nilai t tabel sebanyak 2,03452

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian Simultan yang harus dilakukan terlebih dahulu yaitu mencari rumus Ftabel sebagai berikut:

$$df1 = K - 1 = 3 - 1 = 2$$

$$df2 = N - K = 36 - 3 = 33$$

K = independen dan dependen dijumlahkan

N = banyaknya respon

Jadi, Ftabel = 3,28

Tujuan menguji simultan yaitu untuk mencari tahu apakah Y dipengaruhi oleh variabel X1 dan X2.

Cara mengujinya dengan cara melihat perbandingan nilai fhitung dengan ftabel. Nilai signifikansi 0,05.

Berikut hasil uji simultannya :

Tabel

4.

Hasil Signifikansi Secara Simultan

(Uji F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.067	2	16.034	7.040	.003 ^b
	Residual	75.155	33	2.277		
	Total	107.222	35			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X2, X1						

Apabila nilai tingkat sig ≤ 0,05, Jadi, bisa berpengaruh signifikan terhadap y

Apabila nilai $f_{hitung} \geq f_{table}$, Jadi, bisa berpengaruh signifikan terhadap Y

Jika sigma 0,003 ≤ 0,05, Jadi, bisa disimpulkan berpengaruh signifikan terhadap y

Apabila nilai tingkat $f_{hitung} = 7.040 \geq f_{table} = 3.28$. Jadi, bisa dikatakan X1 X2 memiliki pengaruh terhadap Y

Hasil dari tabel 4 adalah nilai signifikansinya adalah 0,003. ambang batas signifikansi 0,05, terlihat bahwa 0,003 < 0,05, dan F hitungnya adalah 7,040, yang lebih banyak dari nilai Ftabel 3,28. Jadi bisa disimpulkan secara empiris data X1 dan X2 berpengaruh terhadap Y.

Koefisien Korelasi (R) dan determinasi (R2)

Tabel 5

Model Summary									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.547 ^a	.299	.257	1.509	.299	7.040	2	33	.003
a. Predictors: (Constant), X2, X1									

table summary menghasilkan $R = 0.547$ dan koefisien $R^2 = 0.299$. menghasilkan olahan IBM KP = $0.299 \times 100\% = 29,9\%$. MK memperlihatkan pengaruh yang disumbangkan oleh variabel bebas (X1) dan (X2) terhadap (Y) sebesar 29.9 %. Dan sisanya 70.1 % diluar variabel

KESIMPULAN

Harga merupakan faktor yang memengaruhi keputusan pembelian, namun terdapat perbedaan yang signifikan dengan penelitian sebelumnya mengenai sejauh mana dampaknya terhadap pilihan pembelian. Harga mengacu pada jumlah uang yang diminta untuk suatu produk tertentu. Sebagaimana dicatat oleh Kotler (2019: 131), harga yang ditentukan dengan baik meningkatkan kemungkinan keputusan pembelian, sehingga memberikan manfaat positif bagi penjualan. Hasil regresi parsial memperlihatkan harga memengaruhi pilihan pembelian tepung Segitiga di toko bahan kue Diva Tamin di Malang. Harga (x2) telah melalui uji validasi dan reliabilitas terkait keputusan pembelian tepung Blue Triangle di toko Diva Tamine di Malang. Karya ilmiah ini memiliki kemiripan dengan karya ilmiah Devi Andriyani (2022) yang berjudul dampak kualitas produk dan potongan harga terhadap pilihan pembelian tepung terigu Blue Triangle di toko bahan kue Aroma Jaya di Bojonegoro. Temuan penelitian menunjukkan korelasi yang kuat antara kualitas produk dan pilihan pembelian tepung Segitiga.

Penting untuk dipahami bahwa meskipun pemasaran produk memainkan peran krusial dalam penjualan, kualitas produk juga sama pentingnya dalam menghasilkan penjualan. Kotler (2008: 44) menyatakan bahwa kualitas mengacu pada kemampuan produk mencapai kebutuhannya yang tersurat maupun tidak tersurat. Setiap konsumen selalu menginginkan produk tepung terigu berkualitas tinggi untuk meningkatkan permintaan produk, karena kualitas barang yang unggul akan meningkatkan kepercayaan produsen dalam memasarkan produk mereka, yang pada akhirnya menghasilkan keuntungan bagi mereka. Kotler, sebagaimana dikutip dalam Fatya (2024), menggambarkan kualitas produk sebagai kapasitas suatu produk untuk memenuhi tujuan yang diinginkan. Kemampuan ini menggabungkan keakuratan, keandalan, dan kekuatan yang dicapai produk secara harmonis. Hasil penelitian ini menunjukkan jika kualitas barang memengaruhi pilihan pembelian tepung terigu segitiga biru di toko Diva Tamine di Malang. Kualitas (X1) telah dievaluasi validitas dan reliabilitasnya. Dengan demikian, dapat disimpulkan x1) dan (x2) secara signifikan memengaruhi (Y).

Faktor harga utama sangat memengaruhi pilihan pembelian produk ini di toko bahan kue Diva Tamine di Malang (Y). Harga tepung terigu diperkirakan akan terus naik karena melonjaknya harga gandum impor yang disebabkan oleh masalah produksi di negara asal produsen gandum (Hariadi, 2023). Hal ini dikarenakan harga dapat berfluktuasi setiap tahun. Stanton (2008: 5) mendefinisikan pemasaran sebagai "sistem kegiatan bisnis yang komprehensif yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan saat ini dan calon pelanggan". Tentu saja, toko bahan kue Diva harus menerapkan strategi untuk menjual tepung Segitiga Biru dengan price tidak terlalu tinggi untuk barang yang kita tawarkan. Fluktuasi harga tepung yang signifikan dapat berdampak pada kondisi sosial ekonomi masyarakat, yang menyebabkan penurunan daya beli masyarakat, yang menyoroti peran penting toko bahan kue Diva dalam mengatasi tantangan yang ditimbulkan oleh tepung Segitiga Biru sebagai komoditas.

SARAN

Berdasarkan temuan studi ilmiah yang dilakukan, berbagai rekomendasi dapat diajukan untuk meningkatkan penjualan di Blue Triangle dengan mempertimbangkan penyebab konsumen memutuskan membeli. Pilihan pembelian adalah preferensi konsumen di antara beberapa pilihan saat menyelesaikan pembelian (Schiffman dan Kanuk, 2008:485). Pada awalnya, bisnis harus menjunjung tinggi standar produk dan terus menilai harga pasar dibandingkan dengan pesaing. Banyak pembeli mengandalkan harga sebagai indikator atau representasi kualitas (Erickson & Johansson, 1985). Selain itu, meningkatkan kualitas bahan baku seperti tepung terigu dapat

memikat daya tarik barang untuk penjualan berulang. studi lanjutan, disarankan agar analisis dilakukan lebih dari sekadar faktor harga dan kualitas produk. Saat menganalisis pilihan pembelian, penting untuk mempertimbangkan variabel lain yang berpotensi berpengaruh, seperti taktik pemasaran yang dapat membentuk pandangan pelanggan dan merek yang mungkin perannya begitu penting dalam membuat konsumen tertarik. Hal lainnya, studi lanjutan dapat mengkaji faktor lainnya seperti persepsi merek, loyalitas pelanggan, dan pilihan konsumen mempunyai pengertian yang cukup dalam tentang penyebab-penyebab keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Devi Andriyani and others, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Terigu Segitiga Biru Di Toko Bahan Kue Aroma Jaya Bojonegoro', *Edutama*, 2022, 1–12
<[http://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/2008/%0Ahttp://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/2008/1/Jurnal Devi Andriyani 18210009.pdf](http://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/2008/%0Ahttp://repository.ikipgribojonegoro.ac.id/2008/1/Jurnal%20Devi%20Andriyani%2018210009.pdf)>.
- Nur Asia and others, 'Volume 25 Issue 3 (2023) Pages 487-495 FORUM EKONOMI : Jurnal Ekonomi , Manajemen Dan Akuntansi ISSN : 1411-1713 (Print) 2528-150X (Online) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Beras Kita Premium The Influence of Price and Product ', 25.3 (2023), 487–95.
- Sembiring juhardi syahputra eko, novianty lily, 'No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における 健康関連指標に関する共分散構造分析Title', *Journal of Engineering Research*, 10.1 (2023), 35–45.
- Zulkifli Zulkifli and Sri Rahmayani, 'Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bumbu Masakan Pusaka Indatu Di Kecamatan Peukan Baro Kabupaten Pidie', *Jurnal Ekobismen*, 1.2 (2021), 57–66
<<https://doi.org/10.47647/jeko.v1i2.497>>.
- Amirudin Amirudin, Rr Renny Anggraini, and Hengki Hermawan, 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Umkm Global Bakery Parung Bogor', *Jurnal Ilmiah M-Progress*, 14.2 (2024), 246–54 <<https://doi.org/10.35968/m-pu.v14i2.1223>>.
- Cep Aristiadi and Retno Sri Handini, 'Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beraskita Di Provinsi DKI Jakarta', *Jurnal Karya Ilmiah Mahasiswa*, 03.03 (2021), 12–26.
- Aristiadi, Cep, and Retno Sri Handini, 'Pengaruh Citra Perusahaan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beraskita Di Provinsi DKI Jakarta', *Jurnal Karya Ilmiah Mahasiswa*, 03 (2021), 12–26
- Rriyamitra, Rully, 'Membangun Citra Perusahaan Untuk Mempengaruhi Keputusan Pembelian', 2017, 1–18
- Suparman and Rois Arifin, 'Pengaruh Citra Merek, Citra Perusahaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Malang)', *E-Jurnal Riset Manajemen*, 6.2 (2017), 68–82
<<http://riset.unisma.ac.id/index.php/jrm/article/viewFile/437/471>>; Faya Koriania Fia and others, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Airtel Pada Pt. Telaga Akuaku Indah (Studi Kasus Kota Baa Kabupaten Rote Ndao)', *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 5.6 (2024), 1231–46
<<https://doi.org/10.35508/glory.v5i6.16569>>.
- Christy Jacklin ; Gerung, Jantje ; Sepang, and Sjendry ; Loindong, 'Pengaruh Kualitas Prod', *Jurnal EMBA*, 5.2 (2022), 2221–29
<<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/16521>>.
- Jurnal and Wahana Ilmiah Pendidikan, '3 1,2,3', 11 (2025), 65–73.
- ¹ Desi Permatasari and Tina Melinda, 'Pengaruh Kualitas Produk, Desain Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Tepung Moccaf Di PT Ayo Tani Berjaya', *Journal of Indonesia Marketing Association (IMA) ISSN*, 2.1 (2023), 14–24.

- Ghalib Al Aziz and Kartini Istikomah, 'Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tepung Beras Rose Brand (Studi Kasus Pada Konsumen Tepung Beras Rose Brand Di Dki Jakarta)', *Journal of Management and Innovation Entrepreneurship (JMIE)*, 2.1 (2024), 1122–33 <<https://doi.org/10.70248/jmie.v2i1.1144>>.
- Rizki Rachmawati Santoso and Khuzaini, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Lapis Kukus Pahlawan Surabaya Di Toko Rania) Khuzaini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10.2 (2021), 7–9 <<http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3908>>.
- A. Zuswana and M. Rizaniarti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga, Dan Kesadaran Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Tepung Terigu Segitiga Biru (Studi Kasus Masyarakat Kota Banten)', *Economics Learning Experience & Social Thinking Education Journal*, 2.1 (2022), 24–34.