



Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Simplyveewee Bintaro

Siti Nurazizah

Zizah030302@gmail.com

Universitas Pamulang

RR Renny Anggraini

dosen01802@unpam.ac.id

Universitas Pamulang

Korespondensi penulis: Zizah030302@gmail.com

Abstrak. *The aim of this research is to determine the influence of service quality and price, both partially and simultaneously, on consumer satisfaction at the Simplyveewee Bintaro Boutique, with a sample of 99 consumers. The method used is a quantitative method. The data analysis used in this research is the classical assumption test, simple linear regression analysis, multiple linear regression analysis, correlation coefficient analysis, coefficient of determination analysis, t test and F test. The results of this research are that Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction in the regression $Y = 3.045 + 0.908$ Price has a significant effect on Consumer Satisfaction with the regression equation $Y = 3.464 + 0.897$ Service Quality and Price simultaneously have a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 2.388 + 0.373 X1 + 0.555 X2$. The coefficient of determination value was 88.7%, while the remaining 11.3% was caused by other variables not examined in this research. The test results for the first hypothesis obtained a calculated t value > t table or (23.355 > 1.661). Based on the results of testing the second hypothesis, the t value obtained > t table or (25.591 > 1.661). Based on the results of testing the third hypothesis, the Fcount value was 378.481 > Ftable 3.091. This shows that simultaneously the Service Quality and Price variables have a significant influence on Consumer Satisfaction*

Keywords: *Service Quality, Price, Consumer Satisfac*

Abstrak. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga baik secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen pada Butik Simplyveewee Bintaro dengan sampel yang berjumlah 99 konsumen. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, uji t dan uji F. Hasil penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terhadap regresi $Y = 3,045 + 0,908 X1$, nilai korelasi sebesar 0,806 artinya kedua variabel mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat. Harga berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi $Y = 3,464 + 0,897 X2$, nilai korelasi sebesar 0,933 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Kualitas Pelayanan dan Harga secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 2,388 + 0,373 X1 + 0,555 X2$. Nilai koefisien determinasi sebesar 88,7%, sedangkan sisanya sebesar 11,3% disebabkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil pengujian pada hipotesis pertama diperoleh nilai t hitung > ttabel atau (23,355 > 1,661). Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis kedua diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (25,591 > 1,661). Berdasarkan pada hasil pengujian hipotesis ketiga diperoleh nilai Fhitung 378,481 > Ftabel 3,091. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan variabel Kualitas Pelayanan dan Harga terdapat pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen*

PENDAHULUAN

Di zaman seperti ini perkembangan semakin maju sehingga mendorong perusahaan untuk terus bisa berinovasi sehingga dapat terus bersaing dengan kompetitor lainnya. Selain mendorong perusahaan untuk terus berinovasi, perkembangan zaman ini juga mempersiapkan dalam meningkatkan kemampuannya. Tingkat kemampuan yang dimaksud disini yaitu dimana

perusahaan dituntut untuk terus meningkatkan pelayanan baik secara kemampuan, mental dan keterampilan untuk terus mencapai tujuan perusahaan.

Keunggulan dalam pelayanan disebuah perusahaan dapat menjadi suatu keberhasilan sebuah perusahaan dalam menghadapi sebuah ancaman yang akan memperlambat perkembangan perusahaan dimasa yang akan datang. Kualitas pelayanan disebuah perusahaan sangatlah penting untuk terus meningkatkan potensi, agar kualitas pelayanan tersebut dapat terus bersaing didunia usaha.

Keunggulan yang harus dimiliki perusahaan agar konsumen dapat melakukan pembelian sebuah produk dan menciptakan kepuasan konsumen selain dari kualitas pelayanan. Mengingat betapa pentingnya peran harga bagi konsumen dalam membeli suatu produk serta persaingan yang ketat di pasar, perusahaan dituntut untuk dapat menyesuaikan harga produk dengan kemampuan konsumen dan kebutuhan perusahaan. Konsumen akan tetap mempertimbangkan manfaat terbesar yang akan diterimanya bahkan bersedia membayar lebih untuk kenyamanan, penampilan, dan kehandalan yang dirasakan dari kualitas produk yang dibelinya.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler & Keller (2016:440) “Kualitas Pelayanan merupakan model yang menggambarkan kondisi konsumen dalam bentuk harapan akan layanan dari pengalaman masa lalu, promosi dari mulut ke mulut dan iklan dengan membandingkan pelayanan yang mereka harapkan dengan apa yang mereka terima atau rasakan”. Pelayanan merupakan aktivitas atau hasil yang biasanya tidak kasat mata, yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga pada pihak lain dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut. Dalam hal ini, pelayanan merupakan jasa atau layanan yang disampaikan atau diberikan oleh pemilik jasa yang bisa berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditunjukkan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong dalam Krisdayanto (2018:3) harga ialah berapa banyak uang yang dibayarkan untuk jasa ataupun berapa banyak nilai yang diperdagangkan pembeli untuk mendapatkan keuntungan dari pembelian ataupun penggunaan barang dan jasa.

Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2017:78) yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perasaan bahagia yang dirasakan oleh konsumen sebagai akibat dari terpenuhinya harapan dan keinginan dari pelanggan atas produk yang dibelinya serta dapat memiliki manfaat yang tepat.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif merupakan metode penelitian yang lebih menekankan atau memusatkan pada aspek pengukuran dengan gaya yang objektif terhadap fenomena-fenomena sosial yang ada. Penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagianbagian dan fenomena serta hal-hal yang terkait di dalamnya. Tujuan penelitian kuantitatif adalah pengembangan dan penggunaan model-model matematis, teori-teori maupun hipotesis yang berkaitan dengan fenomena alam. Menurut Sugiyono (2019:148) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini di ambil dari tahun terakhir data pelanggan yaitu pada tahun 2023 dengan jumlah sebanyak 7.358 Konsumen Butik Simplyveewee Bintaro. Sampel menurut

Sugiyono (2022:81) mengemukakan bahwa “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul *representatif* (mewakili)”. Dengan demikian sampel merupakan sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan bisa mewakili keseluruhan populasinya sehingga jumlahnya lebih sedikit dari populasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji t)

Tabel 1 Hasil Uji t Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.045	1.391		2.189	.031
	Kualitas Pelayanan	.908	.039	.921	23.355	.000

Nilai t hitung > t tabel atau (23,355 > 1,661) diperoleh berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas. Tingkat signifikansi 0.05 juga mendukung hal ini, oleh karena itu, Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan konsumen.

Tabel 2 Perolehan Uji Hipotesis (Uji t) Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.464	1.255		2.760	.007
	Harga	.897	.035	.933	25.591	.000

Dari tabel pengujian di atas, nilai t hitung > t tabel atau (25,591 > 1,661). Tingkat signifikansi sebesar 0,05 juga mendukung hal ini, oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha2 diterima, yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Uji Hipotesis Secara Simultan (Uji F)

Tabel 3 Perolehan Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7716.306	2	3858.153	378.481	.000 ^b
	Residual	978.603	96	10.194		
	Total	8694.909	98			

Dari tabel pengujian di atas, nilai t hitung > t tabel atau (25,591 > 1,661). Tingkat signifikansi sebesar 0,05 juga mendukung hal ini, oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha2 diterima,

yang menunjukkan bahwa Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

Pembahasan Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 3,045 + 0,908 X_1$. Koefisien korelasi sebesar 0.806 artinya kedua variabel mempunyai Tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 84,9% sedangkan sisanya 15,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(23,355 > 1,661)$, hal ini diperkuat dengan *probability significancy* $0.000 < 0.05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Kosumen pada Butik Simplyveewee Bintaro Jakarta Selatan.

Pengaruh Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebesar $Y = 3,464 + 0,897 X_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,933 artinya kedua variabel mempunyai Tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai determinasi pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah sebesar 87,1%, sedangkan sisanya sebesar 12,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(25,591 > 1,661)$, hal ini diperkuat dengan *probability significancy* $0.000 < 0.05$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Harga Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Butik Simplyveewee Bintaro.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil penelitian, menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen dengan diperoleh persamaan regresi $Y = 2,388 + 0,373 (X_1) + 0,555 (X_2)$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel terikat diperoleh 0,942 artinya variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Harga (X2) mempunyai Tingkat hubungan yang kuat terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan 88,7% sedangkan sebesar 11,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian. Uji hipotesis diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $(378,481 > 3,091)$, hal ini juga diperkuat dengan $p \text{ value} < sig 0,05$ atau $(0,000 < 0,05)$. Dengan demikian H_0 di tolak dan H_3 di terima. Artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Butik Simplyveewee Bintaro.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian pada Butik Simplyveewee Bintaro Jakarta Selatan yang dibahas pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut **Pertama**, Terdapat pengaruh secara parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Butik Simplyveewee Bintaro yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(23,355 > 1,661)$, hal ini diperkuat dengan *probability significancy* $0.000 < 0.05$. **Kedua**, Terdapat pengaruh secara parsial harga terhadap kepuasan konsumen pada Butik Simplyveewee Bintaro yang dibuktikan dengan nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $(25,591 > 1,661)$, hal ini diperkuat dengan *probability significancy* $0.000 < 0.05$. **Ketiga**, Terdapat pengaruh secara simultan Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap kepuasan konsumen dengan persamaan $Y = 2,388 + 0,373 X_1 + 0,555 X_2$. Nilai korelasi sebesar 0,942 artinya variabel bebas dengan variabel terikat memiliki tingkat hubungan yang sangat kuat. Nilai koefisien determinasi sebesar 88,7% sedangkan sisanya sebesar 11,3% dipengaruhi faktor

lain. Uji hipotesis diperoleh nilai F hitung > F tabel atau (378,481 > 3,091). Dengan demikian H₀ ditolak dan H₃ diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku:

- Afandi, (2018). *Manajemen Sumber Daya Manusia* (Teori, Konsep dan Indikator). Yogyakarta : Nusa Media.
- American Marketing Association. (2019). *AMA Statement of thics*. Metodologi Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis. Jakarta : P Gramedia Pustaka.
- Amirullah. 2015. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Andi, S. (2015). *Statistika dalam Kajian Deskriptif, Inferensi dan Non Parametic*. Edisi Pertama. Kencana. Jakarta: Prenada Media Group.
- Arikunto, 2015, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta,. Jakarta.
- Assauri,S. (2017). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta : Raja Grafindo.
- Donni Priansa. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*,. Edisi 4, ANDI, Yogyakarta.
- Fandy, Tjiptono. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta : Andi. Ferianto Erin Juni.
- Fandy tjiptono. 2017. *Manajemen pemasaran jasa*. Pt. Indeks kelompok gramedia. Jakarta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*. Edisi 10. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program. IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit.
- Handoko 2017 *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Edisi Revisi Jakarta Bumi Aksara.
- Hani Handoko, 2017, *Manajemen Personalialia dan Sumber Daya Manusia*. BPFE,. Yogyakarta.
- Hasibuan, Malayu SP. (2014). *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Cetakan keempatbelas, Jakarta ,Penerbit : Bumi Aksara. Farida, U.,
- Hasibuan, SP. (2016). *Dasar-dasar Perbankan*. Jakrta : Haji Masagung.
- Kotler, & Amstrong. (2019). *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Proses Keputusan Pembelian*.
- Kotler, P dan Amstrong. 2018. *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Penerbit. Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P. and Keller, Kevin L. 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New. Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Edisi 1. Alih bahasa: Bob sabran, MM. Jakarta: Erlangga.
- Limakrisna dan Julius (2016). *Manajemen Pemasaran, Model Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan*. Yogyakarta: Deeppublish. *pengukuran, dan Strategi*. Yogyakarta : ANDI. ISBN 978 – 623 – 01 -0194– 6.
- Panjaitan, roymon. (2018). *Manajemen pemasaran*. Penerbit: sukarno pressindo semarang.
- Putranto, Agung Tri. 2022. *Loyalitas Pelanggan*. Bandung, Widina Bhakti Persada
- Santoso, Singgih. 2014. *Statistik Parametrik Konsep dan. Aplikasi dengan SPSS*. Jakarta: PT. Elex Media. Komputer.

- Siswanto. 2017. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi*. Yogyakarta: C.V. Andi Offset.
- Sudarsono, h. (2020). *Manajemen pemasaran*. Pustaka abadi.
- Sugiyono, (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2019) "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D". Bandung: Alphabet.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit. Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono. 2021. *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta, CV: Bandung.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi, dan Kasus)*. Cetakan ke-1. Yogyakarta: CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Suparyanto & Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran, In Media*, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono. 2018. *Strategi Pemasaran*, Edisi Ke-4. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2019. "Pemasaran Jasa Edisi Terbaru." Yogyakarta: Penerbit. Andi.
- Tjiptono. Fandy & Diana. Anantasia. 2020. *Kepuasan Pelanggan-Konsep*,
- Sumber Jurnal :**
- Abdul Gofur, *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)* Vol.4, No.1 Februari (2019), Hal 37-44
- Ajis Setiawan, Nurul Qomariah, Haris Hermawan *JSMBI (Jurnal Sains Manajemen Dan Bisnis Indonesia)* Vol. 9 No. 2 (2019), Hal 114-126.
- Alfi Syahri Lubis, Nur Rahmah Andayani *Journal of Business Administration* Vol 1, No 2 (2017), Hal 232-243
- Amirudin, A., Anggraini, R. R., & Hermawan, H. (2024). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO UMKM GLOBAL BAKERY PARUNG BOGOR. *JURNAL ILMIAH M-PROGRESS*, 14(2), 246-254.
- Arianto, N. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2), 83–101.
- Arianto, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Alfamart Roda Hias Serpong. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 2(1), 153-160.
- Arianty, Nel. 2015. "Pengaruh Kepemimpinan Terhadap Kinerja Karyawan." *Jurnal Manajemen Tools* 5(1).
- Christian Lasander *Jurnal EMBA* Vol.1, No.3 (2013), Hal. 284-293
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). *Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian Online pada Aplikasi Shopee di Wilayah Jakarta Timur*.
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Marketplace Shopee*. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 63. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*.
- Ismail, I. A., Abuhamda Enas, AA., Bsharat, Tahani R.K. (2021). *Understanding quantitative and qualitative research methods: A theoretical perspective for young researchers*

- Understanding Quantitative and Qualitative Research Methods: A Theoretical Perspective for Young Researchers*. February, 70–87.
- Kridayanto Iqbal, et.al. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, Pelayanan, Fasilitas, dan Lokasi Terhadap Kepuasan.
- Lumintang Intan Sintya, S. L. H. V. Joyce. Lopian, Merlyn M. Karuntu Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis Vol. 6, No. 3 (2018), Hal. 1778-1787
- Malik Ibrahim dan Sitti Marijam Thawil Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Vol.4, No.1 (2019), Hal. 175-182
- Mardiasih, Titik Sri. (2019) *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar*, Vol. 11 No. 1, Hal. 76- 86
- Maulana Irfanudin Jurnal SEMARAK Vol. 2, No. 1 (2019), Hal. 1-20
- Salman Farisi Qahfi Romula Siregar Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Vol. 3, No. 1(2020), Hal.148-159
- Septiani, S., & Prambudi, B. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo*. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo, Vol.14 No.2, Hal.153–168.