



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN ASUS INTEL CELERON DI ERAFONE MALL KELAPA GADING JAKARTA UTARA

Aisyah badrina¹, Kris Dipayanti²

¹Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

²Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang, Tangerang Selatan

badrinaaisyah631@gmail.com, kdipayanti@gmail.com

Abstract. *The purpose of this study is to determine the effect of product quality and price on consumer purchasing decisions for Asus Intel Celeron at Erafone Mall Kelapa Gading, North Jakarta. This research is associative with a quantitative approach. The population in this study amounted to 95 consumers, and a saturated sample was used, which is 95 respondents. Data analysis was conducted using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, regression analysis, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, and hypothesis testing. The results of this study indicate that Product Quality (X1) and Price (X2) have a positive and significant effect on purchasing decisions (Y) with the regression equation $Y = 0.678 + 0.268 X1 + 0.710 X2$. The correlation coefficient or the level of influence between the independent variables and the dependent variable was found to be 0.960, meaning that the product quality (X1) and price (X2) variables have a level of a very strong relationship with the purchasing decision (Y). The coefficient of determination or the total contribution of the influence simultaneously is 0.922 or 92.2%, while the remaining 7.8% is influenced by other factors not examined in this study. The partial hypothesis test shows that product quality has a positive value of $t_{\text{calculated}} > t_{\text{table}}$ or ($4.333 > 1.986$), so H_0 is rejected and H_1 is accepted, which indicates a significant effect of product quality on purchasing decisions. The partial hypothesis test shows that price has a positive value of $t_{\text{calculated}} > t_{\text{table}}$ or ($10.842 > 1.986$), so H_0 is rejected and H_2 is accepted, which indicates a significant effect of price on purchasing decisions. The F-test results show that $F_{\text{calculated}} > F_{\text{table}}$ or ($546.936 > 3.11$). This is also reinforced by the significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, it can be concluded that product quality and price together or simultaneously have a positive and significant effect on purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Asus Intel Celeron Di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara. Jenis penelitian Asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini berjumlah 95 konsumen dan menggunakan sampel jenuh yaitu 95 responden. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) dengan persamaan regresi $Y = 0,678 + 0,268 X1 + 0,710 X2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,960 artinya variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap keputusan pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,922 atau sebesar 92,2% sedangkan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis secara parsial diperoleh kualitas produk nilai positif thitung > tabel atau ($4,333 > 1,986$) maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Uji hipotesis secara parsial diperoleh harga nilai positif thitung > tabel atau ($10,842 > 1,986$) maka H_0 ditolak dan H_2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hasil uji hipotesis F diperoleh nilai Fhitung > Ftabel atau ($546,936 > 3,11$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikans $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi di era digital berlangsung sangat pesat dan mendorong perusahaan untuk terus berinovasi agar mampu bersaing serta mempertahankan konsumen melalui produk yang diminati dengan harga yang sesuai. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat, pemahaman terhadap perilaku konsumen menjadi penting karena setiap masyarakat memiliki pola kebutuhan yang berbeda, mulai dari kebutuhan primer hingga tersier. Seiring terpenuhinya kebutuhan dasar, masyarakat mulai mengalokasikan pengeluaran pada kebutuhan tersier seperti laptop yang kini berperan penting dalam pendidikan, pekerjaan, komunikasi, dan hiburan.

Tabel 1.1
Data Penjualan Asus pada Erafon Mall Kelapa Gading Tahun 2022-2024

Tahun	Target Quantity	Realisasi Quantity	Pencapaian (%)
2022	48	35	73%
2023	52	31	60%
2024	57	29	51%

Sumber: Data Penjualan Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara Tahun 2022-2024

Berdasarkan Tabel I.1, pencapaian target penjualan Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading selama 2022–2024 mengalami penurunan dari 73% menjadi 62% dan turun lagi ke 55%. Hal ini menunjukkan realisasi penjualan belum memenuhi target. Penurunan ini dipengaruhi oleh keputusan pembelian konsumen, dimana produk belum sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan konsumen yang cenderung menginginkan spesifikasi lebih tinggi. Selain itu, konsumen menilai manfaat produk kurang unggul dibandingkan kompetitor dengan harga serupa, sehingga menimbulkan keraguan dalam memilih produk. Pembelian juga banyak berasal dari konsumen lama yang dihubungi kembali oleh tim sales (sekitar 60%), bukan dari kepuasan alami, yang menunjukkan rendahnya loyalitas terhadap produk Asus Intel Celeron.

2. KAJIAN TEORITIS

2.1 Manajemen

Menurut (Syaifullah 2022:77) mengemukakan bahwa “Manajemen adalah ilmu dan seni mengatur proses pemanfaatan sumber daya manusia dan sumber lainnya secara efektif dan efisien untuk mencapai suatu tujuan tertentu”.

2.2 Manajemen Pemasaran

Menurut (Hedy Syahidah Budiarti 2023:411) menjelaskan manajemen pemasaran ialah suatu upaya manusia untuk mencapai hasil pertukaran yang diinginkan dan membangun hubungann erat dengan konsumen dengan cara yang menguntungkan bagi perusahaan.

2.3 Kualitas Produk

Menurut (Wijayanti and Hutaaruk 2023:465) “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang menemui atau melebihi harapan”.

2.4 Harga

Menurut (Haque 2020:33) “harga adalah unsur penting dalam sebuah perusahaan dimana dengan adnayaharga maka perusahaan akan mendapatkanincome bagi keberlangsungan perusahaan”.

2.5 Keputusan Pembelian

Menurut (Sundana, Pranata, and Lukita 2023:11) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi secara baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam skripsi ini adalah penelitian asosiatif dengan pendekatan kuantitatif.

3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian merupakan tempat dimana penulis akan memperoleh data-data yang berasal dari responden yang diteliti. Dalam hal ini, penulis akan melakukan penelitian Erafone Mall Kelapa Gading yang berlokasi dikawasan Jakarta Utara. Berkisar bulan September 2024 sampai Mei 2025.

3.3 Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli produk Asus Intel coleron pada Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara tahun 2022-2024 dengan jumlah 95 konsumen. Dengan menggunakan sampel jenuh, maka jumlah sampel penelitian ini sama dengan jumlah populasi, yaitu 95 responden.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.4.1 Data Primer

1. Observasi

Menurut (Suharto and Hariadi 2021:113), “observasi adalah proses yang tersusun dari berbagai proses sehingga diperoleh data berdasarkan fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi”.

2. Kuesioner

Kuesioner merupakan sekumpulan pertanyaan tertulis yang disusun secara sistematis dan diberikan kepada responden untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan topik penelitian.

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder dapat dibagi menjadi dua jenis, yakni data sekunder internal perusahaan dan data sekunder eksternal yang telah dipublikasikan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dan r tabel. Nilai r hitung diperoleh dari hasil pengujian hubungan antara jawaban pada setiap butir pertanyaan dengan total skor variabel yang bersangkutan. Sementara itu, nilai r tabel ditentukan berdasarkan tingkat signifikansi penelitian sebesar $\alpha = 5\%$ dan derajat

kebebasan ($df = n - 2$). Dengan jumlah responden $n = 95$, maka diperoleh $df 95-2= 93$, sehingga nilai r tabel = 0,202.

Tabel 4.2
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

NO	Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	Baterai ASUS Intel Celeron awet digunakan untuk aktivitas harian.	0.843	0,202	Valid
2	Material ASUS Intel Celeron kokoh dan tidak mudah rusak.	0.889	0,202	Valid
3	Komponen ASUS Intel Celeron (keyboard, engsel, layar) tahan lama.	0.882	0,202	Valid
4	ASUS Intel Celeron jarang mengalami hang atau error.	0.860	0,202	Valid
5	ASUS Intel Celeron dapat menjalankan aplikasi ringan bersamaan dengan baik.	0.870	0,202	Valid
6	ASUS Intel Celeron merespon aplikasi dasar dengan cepat.	0.889	0,202	Valid
7	Spesifikasi ASUS Intel Celeron sesuai kebutuhan belajar/kerja saya.	0.881	0,202	Valid
8	Fitur ASUS Intel Celeron (Wi-Fi, port, webcam) mendukung aktivitas saya.	0.874	0,202	Valid
9	ASUS Intel Celeron ringan dan mudah dibawa.	0.892	0,202	Valid
10	ASUS Intel Celeron mudah digunakan bahkan bagi pemula.	0.853	0,202	Valid
11	Layanan purna jual ASUS Intel Celeron mudah ditemukan di Jakarta.	0.842	0,202	Valid
12	ASUS Intel Celeron memungkinkan upgrade komponen dengan mudah.	0.764	0,202	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 27, 2025

Berdasarkan data pada tabel diatas, variabel Kualitas Produk (X1) diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,202), dengan demikian maka semua item kuesioner dinyatakan valid. Untuk itu kuesioner yang digunakan layak untuk diolah sebagai data penelitian.

2. Uji Realibitas

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas

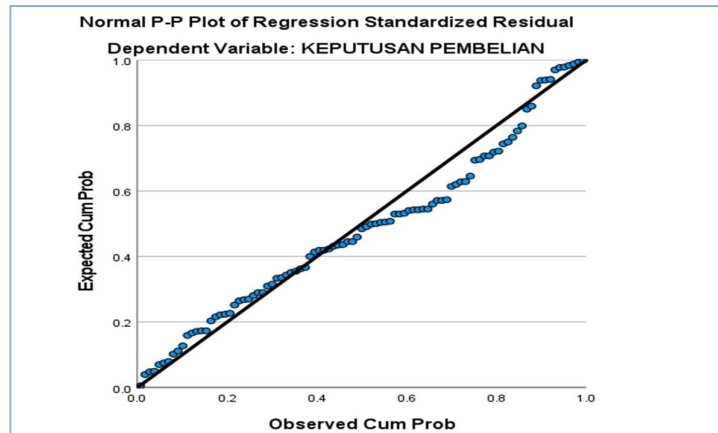
No	Variabel	Koefisien Cronbach Alpha	Standar Cronbach Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk (X1)	0,970	> 0,60	Reliabel
2	Harga (X2)	0,965	> 0,60	Reliabel
3	Keputusan Pembelian (Y)	0,963	> 0,60	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 27, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada Tabel 4.16, diketahui bahwa nilai koefisien *Cronbach's Alpha* untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,970, Harga (X2) sebesar 0,965, dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,963.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



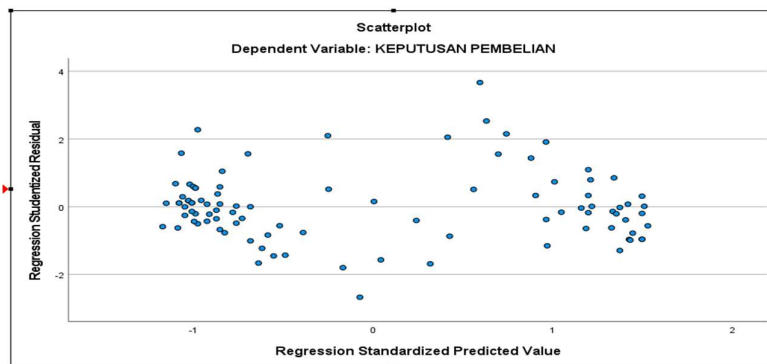
Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Gambar 4.1
P-P Plot Uji Normalitas – Diagram Penyebaran Titik Residual

Berdasarkan Normal P–P Plot, titik data mengikuti garis diagonal secara konsisten, menunjukkan residual berdistribusi normal sehingga asumsi normalitas terpenuhi dan model regresi layak dilanjutkan ke tahap analisis berikutnya.

2. Uji Heteroskedastisitas

Adapun hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut:



Sumber: Lampiran *Output* SPSS 27

Gambar 4.2
Grafik Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 4.3, hasil uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar secara acak di atas dan di bawah sumbu nol tanpa membentuk pola tertentu. Hal ini menandakan bahwa model regresi tidak mengalami gejala heteroskedastisitas dan telah memenuhi asumsi homoskedastisitas sehingga layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

3. Uji Multikolinearitas

Hasil uji multikolinearitas sebagai berikut:

Tabel 4.4
Hasil Uji Multikolinearitas Dengan Keputusan Pembelian
Sebagai Variabel Dependent

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	0,678	1,045		0,649	0,518		
	KUALITAS PRODUK	0,268	0,062	0,280	4,333	0,000	0,201	4,966
	HARGA	0,710	0,065	0,702	10,842	0,000	0,201	4,966

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan Tabel 4.18, hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai *Tolerance* untuk variabel Kualitas Produk dan Harga masing-masing sebesar 0,201, sedangkan nilai VIF sebesar 4,966. Karena nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF lebih kecil dari 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antarvariabel independen dalam model regresi. Dengan demikian, model regresi ini telah memenuhi asumsi klasik bebas multikolinearitas dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 4.5
Hasil Uji Autokorelasi Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Dependent

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.960 ^a	0,922	0,921	4,004	1,898

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai *Durbin-Watson* (DW) sebesar 1,898. Pada taraf signifikansi 5% dengan $(N - 2) = 95 - 2 = 93$ dan $k = 2$, diperoleh nilai $dL = 1,6233$ dan $dU = 1,7091$. Maka nilai $4 - dU = 2,2909$. Karena nilai $DW = 1,898$ berada

pada rentang $dU < DW < 4 - dU$, yaitu $1,7091 < 1,898 < 2,2909$, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat autokorelasi positif maupun negatif pada model regresi. Dengan demikian, model regresi ini telah memenuhi asumsi klasik bebas autokorelasi dan layak digunakan untuk analisis selanjutnya.

Analisis Kuantitatif

1) Analisis Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.6
Output Regresi Linear Berganda Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,678	1,045		0,649	0,518
	KUALITAS PRODUK	0,268	0,062	0,280	4,333	0,000
	HARGA	0,710	0,065	0,702	10,842	0,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 0,678 + 0,268X_1 + 0,710X_2$$

4) Analisis Koefisien Korelasi (r)

Tabel 4.7
Hasil Uji Koefisien Korelasi Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.960 ^a	0,922	0,921	4,004

a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Korelasi sebesar 0,960 dimana nilai tersebut berada pada interval 0,800 – 1,000 artinya variabel

Kualitas Produk (X1) dan variabel Harga (X2) secara simultan mempunyai tingkat hubungan yang sangat kuat terhadap variabel Keputusan Pembelian (Y).

5) Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 4.8
Hasil Pengujian Determinasi Secara Simultan

Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.960 ^a	0,922	0,921	4,004	
a. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK					
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Uji koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai R square. Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,922 maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan variabel Harga berpengaruh terhadap variabel Keputusan Pembelian sebesar 92,2% sedangkan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6) Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji –t)

Tabel 4.9
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kualitas Produk (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	0,678	1,045		0,649	0,518
	KUALITAS PRODUK	0,268	0,062	0,280	4,333	0,000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif thitung > ttabel atau (4,333 > 1,986). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.

7) Uji Kelayakan Model (Uji F) / Uji Hipotesis Secara Simultan

Tabel 4.10
Hasil Uji Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)
Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17541,225	2	8770,612	546,936	.000 ^b
	Residual	1475,302	92	16,036		
	Total	19016,526	94			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK						

Sumber: Lampiran Output SPSS 27

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, diperoleh nilai positif Fhitung > Ftabel atau (546,936 > 3,095). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 1,540 + 0,691 X_1$, koefisien korelasi sebesar 0,519 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Sedang. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,269 atau 26,9% sedangkan sisanya sebesar 73,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai positif t hitung > t tabel atau (4,333 > 1,986). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan H1 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.
2. Secara parsial terdapat pengaruh positif antara Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 0,678 + 0,710 X_2$, koefisien korelasi sebesar 0,947 artinya kedua variabel memiliki tingkat hubungan yang Kuat. Nilai determinasi atau kontribusi pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,897 atau sebesar 89,7% sedangkan sisanya sebesar 10,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (10,842 > 1,986). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Dengan demikian maka Ho ditolak dan H2 diterima, hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

3. Secara simultan terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian konsumen pada laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara, hal tersebut dibuktikan dari persamaan regresi $Y = 0,678 + 0,268 X_1 + 0,710 X_2$. Nilai koefisien korelasi atau tingkat pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat diperoleh sebesar 0,687 artinya variabel Kualitas Produk (X_1) dan Harga (X_2) mempunyai tingkat hubungan yang Kuat terhadap Keputusan Pembelian (Y). Nilai koefisien determinasi atau kontribusi pengaruh secara simultan sebesar 0,922 atau sebesar 92,2% sedangkan sisanya sebesar 7,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Uji Hipotesis diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel atau ($546,936 > 3,11$). Hal tersebut juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen laptop Asus Intel Celeron di Erafone Mall Kelapa Gading Jakarta Utara.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih terdapat beberapa keterbatasan yang ditemui dan perlu diperbaiki serta dikembangkan guna dijadikan masukan dan rujukan pada penelitian-penelitian yang akan datang yang berhubungan dengan masalah penelitian. Adapun keterbatasan penelitian yang dimaksud diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Dalam proses pengambilan data, informasi yang diberikan responden melalui kuesioner terkadang tidak menunjukkan pendapat responden yang sebenarnya, hal ini terjadi karena kadang perbedaan pemikiran, anggapan dan pemahaman yang berbeda tiap responden, juga faktor lain seperti faktor kejujuran dalam pengisian pendapat responden dalam kuesionernya.
2. Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh banyak faktor, penelitian ini terbatas meneliti 2 faktor yang diduga mempengaruhi Keputusan Pembelian, yaitu Kualitas Produk dan Harga sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

5.3 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diperoleh, maka saran yang dapat penulis sampaikan adalah sebagai bentuk masukan yang diharapkan dapat membantu pihak terkait dalam meningkatkan kualitas produk, penetapan harga, serta mendorong peningkatan keputusan pembelian konsumen pada penelitian ini. adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel Kualitas Produk, pada indikator keawetan dengan skor rata-rata 2,54. Pada pernyataan Baterai ASUS Intel Celeron awet digunakan untuk aktivitas harian, Maka penulis memberikan saran untuk pihak produsen Asus untuk meningkatkan daya tahan baterai pada laptop ASUS dengan prosesor Intel Celeron memerlukan kombinasi antara optimalisasi perangkat lunak dan manajemen daya yang cerdas.
2. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel Harga, indikator diskon dengan skor rata-rata 2,65. Pada pernyataan Harga ASUS Intel Celeron tidak memberatkan saya. Maka penulis memberikan saran agar pihak perusahaan, khususnya Erafone Mall Kelapa Gading, dapat lebih meningkatkan strategi pemberian diskon atau promo harga pada produk ASUS Intel Celeron, selain itu juga material bodi berbasis plastik daur ulang yang berkualitas namun lebih ekonomis diproduksi massal.

3. Berdasarkan hasil kuesioner pada variabel Keputusan Pembelian untuk indikator sesuai kebutuhan dengan skor rata-rata 2,65. Pada pernyataan Asus intel Celeron memenuhi kebutuhan saya dalam berkegiatan. Maka penulis memberikan saran agar pihak produsen ASUS dapat melakukan penyesuaian spesifikasi dan varian produk ASUS Intel Celeron sesuai dengan kebutuhan konsumen dalam berkegiatan sehari-hari, seperti memasukkan fitur pengisian daya hingga 60% dalam 49 menit pada seri Celeron akan sangat membantu mobilitas pengguna (pelajar/pekerja) yang tidak ingin tergantung pada stopkontak.

DAFTAR PUSTAKA

E-Books:

Priadana, M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Metode penelitian kuantitatif*. Tangerang Selatan: Pascal Books. ISBN: 978-623-98598-8-6.

Priadana, H. M. S., & Sunarsi, D. (2021). *Analisis struktur kovarian terhadap indikator kesehatan pada lansia yang tinggal di rumah dengan berfokus pada persepsi kesehatan subjektif*. Prosiding Akademi Ilmu Pengetahuan Nasional, No. 3.

Jurnal:

Abi, Yudi Irawan. 2020. "Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu." *Managament Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen* 15(1):95–107. doi:10.33369/insight.15.1.95-107.

Achiriani, Puspa, and Imanuddin Hasbi. 2021. "Pengaruh Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, Perceived Risk, Perceived Cost Terhadap Behavioral Intention Pada Pengguna Dompot Digital Dana Di Indonesia." *E-Proceeding of Management* 8(1):376–88.

Aedi, N. (2016). *Manajemen pendidik dan tenaga pendidik*. Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Andera, N. C., & Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada D'besto Chicken Cabang Pondok Benda Kota Tangerang Selatan. *Jeac: Journal Of Economic Academic*, 1(02), 311-330.

Annas Wahyu Hertanti, and Giyana Giyana. 2025. "Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Citra Merek Dan Harga Dalam Keputusan Pembelian Hand and Body Lotion Vaseline Pada Mahasiswa." *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Kreatif* 3(1):229–42. doi:10.59024/jumek.v3i1.531.

Anggara, A., & Wibasuri, A. (2012). Pengaruh kualitas dan harga terhadap keputusan pembelian laptop Acer tipe Aspire 4752 di Kelurahan Sepang Jaya Kecamatan Kedaton Bandar Lampung. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 10(2), 68–83.

Apriliansa, Apriliansa, and Sukaris Sukaris. 2022. "Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara." *Jurnal Maneksi* 11(2):498–504. doi:10.31959/jm.v11i2.1246.

Arifudin Arifudin, Delina Delina, Salma Nabila, Putri Ramadhan Lestari, and Ika Josi Fiana. 2024. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone." *Anggaran : Jurnal Publikasi Ekonomi Dan Akuntansi* 2(2):122–32. doi:10.61132/anggaran.v2i2.559.

Atmanegara, Asmania Sofli. 2022. "Analisis Kepuasan Nasabah Terhadap Layanan Mobile Banking Di PT. Bank SUMUT KCP Marendal (Studi Kasus Terhadap Nasabah PT. Bank SUMUT KCP Marendal Di Kota Medan Tahun 2022) Customer Satisfaction Analysis Of Mobile Banking Services At PT. Bank SUMUT KCP Ma." *Proceeding of Applied Science* 8(5):394.

- Banjarnahor, R., Waloejo, H. D., & Widiartanto, W. (2023). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian laptop Acer di Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(2), 135–145.
- Darim, Abdu. 2020. “Manajemen Perilaku Organisasi Dalam Mewujudkan Sumber Daya Manusia Yang Kompeten.” *Munaddhomah* 1(1):22–40. doi:10.31538/munaddhomah.v1i1.29.
- Di, Process, and C. V Istana. 2024. “AHP (ANALYTICAL HIERARCHY.” 1–11.
- Diantara, G. A., & Yudiaatmaja, F. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan E-Wom terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus di Rimo Trade Center Denpasar. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 7(2), 599-608.
- Difinubun, N. S., Susanty, I. I. D. A. R., & Tammu, R. G. (2025, December). Peran Dinas Pariwisata terhadap Promosi di Desa Wisata Letvuan Paradise Kabupaten Maluku Tenggara. In *Prosiding Seminar Nasional Manajemen dan Ekonomi* (Vol. 4, No. 2, pp. 272-283).
- Dimiyati, L., & Maryadi, Y. (2024). Pengaruh Pengawasan Terhadap Efektivitas Kerja Di Badan Keuangan Daerah Kota Pagar Alam. *Ekonomia*, 14(1), 43-55.
- Cahyadi, I. G. N. W., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (2020). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada air minum dalam kemasan fotaqua di badung bali. *Values*, 1(4).
- Elvierayani, Rivatul Ridho, and Fisati Choiroh. 2020. “Pengaruh Green Product Dan Green Price Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Tupperware (Studi Kasus Pada Mahasiswa Manajemen FE UNISLA).” *Mandalika Mathematics and Educations Journal* 2(1):67–75. doi:10.29303/jm.v2i1.1751.
- Farida, Syarifah Ida, and Lukman Hakim. 2022. “Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kinerja Karyawan Departement Food And Beverage Pada Gran Melia Hotel, Jakarta Selatan.” *Jurnal Madani: Ilmu Pengetahuan, Teknologi, Dan Humaniora* 5(1):1–18. doi:10.33753/madani.v5i1.167.
- Fitriawati, Pipit, and Irfan Rizka Akbar. 2023. “Pengaruh Budaya Kerja Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Cv Gracia Deo Tangerang Selatan.” *JORAPI : Journal of Research and Publication Innovation* 1(3):894–903.
- Gunarsih, Cindy Magdalena, Johny A. F. Kalangi, and Lucky F. Tamengkel. 2021. “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Pelita Jaya Buyungon Amurang.” *Productivity* 2(1):70. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/productivity/article/view/32911>.
- Hafiz Al Abrar, Melisa Putri, Bunga Henida Putri, Fitriyani Fitriyani, and Ramdani Bayu Putra. 2024. “Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Kayu Manis Pada PT. CV Rempah Sari Kota Padang.” *Masyarakat Mandiri: Jurnal Pengabdian Dan Pembangunan Lokal* 1(3):108–13. doi:10.62951/masyarakatmandiri.v1i3.283.
- Halsa, Disa, Hawignyo Hawignyo, and Didit Supriyadi. 2022. “Peranan Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi.” *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)* 7(2):663. doi:10.33087/jmas.v7i2.528.
- Handayani, R., & Afrida, A. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Toko Yulida Komputer Di Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Inovatif Jurnal Administrasi Niaga*, 5(1), 40-51
- Haque, Marissa Grace. 2020. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian.” *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis* 21(1):31–38.

doi:10.29103/e-mabis.v2i1i.476.

- Hartoyo, Arsyad. 2021. "Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan & Ekonomi." *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan & Ekonomi* 4(1):1–17.
- Hasna, L., & Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Produk Hydro Coco di Naga Swalayan Tb Simatupang Jakarta Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 1641-1649.
- Hedy Syahidah Budiarti, Ratu. 2023. "Manajemen Pemasaran Global Dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Dan Keberhasilan Bisnis." *Coopetition : Jurnal Ilmiah Manajemen* 14(2):405–16. doi:10.32670/coopetition.v14i2.3763.
- Herlambang, Alfian Sulisty, and Edi Komara. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan)." *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)* 7(2):56. doi:10.35384/jemp.v7i2.255.
- Hilary, Diovit, and Imam Wibowo. 2021. "Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pt. Menjangan Sakti." *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana* 9(1). doi:10.35137/jmbk.v9i1.518.
- Ibrahim, F. E., Djuhartono, T., & Sodik, N. (2021). Pengaruh kerjasama tim terhadap kinerja karyawan di PT LION Superindo. *Jurnal Arastirma*, 1(2), 316-325.
- Juliani, F. 2020. "Positioning Uang Elektronik Berdasarkan Perceptual Mapping (Studi Deskriptif Positioning OVO, GoPay, DANA Dan LinkAja Di Yogyakarta)." <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/23548>.
- Karina, A. Z., & Sanusi, U. (2025). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Masyarakat Pengguna Laptop Merek Asus Di Kecamatan Kalianda). *YUME: Journal of Management*, 8(1.1), 886-897.
- Ketaren, joice yuli ananda. 2024. "Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas, Dan Kepemilikan Institusional Terhadap Penghindaran Pajak. Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi." 13–21.
- Kumala, Alia Noor, and Arie Hendra Saputro. 2024. "Pengaruh Lingkungan Kerja, Motivasi Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Wonti Indonesia." *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi)* 10(4):2846–55. doi:10.35870/jemsi.v10i4.2976.
- Lestari, A., & Aslami, N. (2022). Perilaku Konsumen Asuransi terhadap Keputusan Pembelian. *Mimbar Kampus: Jurnal Pendidikan dan Agama Islam*, 21(1), 34-42.
- Mali, Y., & Dipayanti, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Cafe Sedari Kopi dan Teh di Bintaro Kota Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 1(4), 1590-1599.
- Marlius, Doni, and Nadilla Jovanka. 2023. "Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Y.O.U Pada Hasanah Mart Air Haji." *Jurnal Economina* 2(2):476–90. doi:10.55681/economina.v2i2.326.
- Masan, Cornelis Dedy, Rolland E. Fanggal, Merlyn Kurniawati, and Markus Bunga. 2023. "Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Pada Toko Angkasa Baru Kota Kupang." *GLORY Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial* 4(4):857–62. doi:10.35508/glory.v4i4.10913.
- Masdaini, E., & Hemayani, A. D. (2022). Analisis Keputusan Pembelian pada Konsumen Warung Kopi Nilang. *Jurnal Terapan Ilmu Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 2(1),

20-28.

- Maulani, Riska, and Yunita Fitri W. 2018. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Pamella Empat Supermarket)." *Kajian Bisnis STIE Widya Wiwaha* 26(2):210–25. doi:10.32477/jkb.v26i2.279.
- Maulida, J. H., Waloejo, H. D., & Pinem, R. J. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus (Studi pada Pengguna Laptop Asus di Kota Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 614–621
- Muharyo, S., & Pahlevi, R. W. (2022). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk laptop Asus pada konsumen Santri Pondok Pesantren Mahasiswa (PPM) Ar-Royyaan Baitul Hamdi Yogyakarta. *JEMBA: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(6), 883–896.
- Muslimin, M., Muhajirin, M., & Purnama, I. (2025). Pengaruh Kualitas Desain, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Percetakan Global Print. *Jurnal PenKoMi: Kajian Pendidikan dan Ekonomi*, 8(2), 253–267.
- Nadiya, Farisa Hasna, and Susanti Wahyuningsih. 2020. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)." *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen* 3:1096–1104. <https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/686>.
- Niago, Andre Geofanno Charles, and Didi Sunardi. 2022. "Pengaruh Motivasi Kerja Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kedeputian Bidang Politik, Hukum, Pertahanan Dan Keamanan Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS) Jakarta Pusat." *Jurnal Tadbir Peradaban* 2(3):201–5. doi:10.55182/jtp.v2i3.191.
- Parinussa, Romaryo, Andrie Christina Salhuteru, and Victor R. Pattipeilohy. 2024. "Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Minyak Goreng Camar Pada Minimarket Indomaret Cabang Diponegoro Kota Ambon." *Jurnal Administrasi Terapan* 3(1):27–35.
- Parhusip, Y. R. S. H., & Dipayanti, K. (2025). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 2madison Avenue Pondok Indah Mall Jakarta Selatan. *JEAC: Journal of Economic Academic*, 2(01), 746–759.
- Primaputra, Rafif Zharif, and Budi Sudaryanto. 2023. "Analisis Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kepercayaan Konsumen, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Aplikasi Shopee Food (Kasus Pada Pengguna Layanan Shopee Food Yang Berdomisili Di Kota Semarang)." *Diponegoro Journal of Management* 12(1):1–15. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>.
- Pujiharti, Endang Sih. 2025. "Instrumen Dan Pengumpulan Data Dalam Meningkatkan Kualitas Data Pada Penelitian Pendidikan." *AN NAHDLIYAH: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam* 4(1):35–47.
- Puspita Ardhianti, Mevia, M. Arif Hermawan, and Ryan Firdiansyah Suryawan. 2022. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Jne Express Cabang Bekasi Tahun 2021." *Jurnal Transportasi, Logistik, Dan Aviassi* 1(2):157–63. doi:10.52909/jtla.v1i2.64.
- Puspita, Ibnu Ria, Adil Fadillah, and Yudin Taqyudin. 2022. "Tinjauan Atas Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee." *Jurnal Aplikasi Bisnis Kesatuan* 2(1):67–74. doi:10.37641/jabkes.v2i1.1358.
- Putri David, Nabila Arifa Aprilia, Muhammad Iqbal Fasa, and Suharto Suharto. 2023.

- “Implementasi Strategi Manajemen Pemasaran Bank Syariah Di Era Revolusi Industri 4.0 Di Indonesia.” *Lab* 6(02):143–62. doi:10.33507/labatila.v6i02.1023.
- Rachmawansyah, R., & Rohman, M. B. S. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Iphone di Daerah Karawang. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(6), 469-481.
- Rahayu, A. T., Gunaningrat, R., & Muftiyanto, R. T. N. (2024). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek ASUS. *Pusat Publikasi Ilmu Manajemen*, 2(1), 302-309.
- Rahmadhini, N., & Telagawathi, N. L. W. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan pembelian Laptop Asus di Kota Singaraja. *Bisma: Jurnal Manajemen*, 9(2), 216-224.
- Rina, Mohd Heikal, Maryudi, and M. Subhan. 2023. “Pengaruh Citra Merek Kualitas Produk Kualitas Pelayanan Dan Gaya Hidup Mahasiswa Terhadap Minat Beli Produk Skincare Pada E-Commerce.” *Jurnal Visioner & Strategis* 12(2):47–56.
- Rivaldy, A., & Rulirianto, R. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop Asus. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 7(2), 37-40.
- Romdoni, Syahrul, and Veritia. 2025. “Pengaruh Kepuasan Kerja Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Divisi Finishing Pada PT. Dream Wear Jawa Barat.” 2(2):3047–7824.
- Sanjaya, M. A., & Dipayanti, K. (2025). The Influence of Store Atmosphere and Service Quality on Customer Satisfaction. *Journal of Investment Development, Economics and Accounting*, 2(2), 114-122.
- Sari, Saidah Putri. 2020. “Hubungan Minat Beli Dengan Keputusan Pembelian Pada Konsumen.” *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi* 8(1):147. doi:10.30872/psikoborneo.v8i1.4870.
- Satria, Rita, and Didin Choerul Imam. 2024. “Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Bahtera Adi Jaya Periode 2018-2022.” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah* 6(7):5490–5500. doi:10.47467/alkharaj.v6i7.3020.
- Shela Monika and Murtaza. 2024. “Manajemen Madrasah Dalam Meningkatkan Kinerja Guru Di Madrasah Tsanawiyah Negeri 7 Aceh Barat.” *Journal Of Management Science and Bussines Review* 2(1):h. 87.
- Simanjuntak, Winda Maria Baretha, Ester Mawar Siagian, and Hotlin Siregar. 2023. “Pengaruh Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada UD. Toko Sepatu Clinton Balige.” *Manajemen : Jurnal Ekonomi* 5(2):65–73. doi:10.36985/manajemen.v5i2.806.
- Sitompul, Afry Yanti. 2024. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas (*Thrifting*) Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Angkatan 2020-2021 Universitas Jambi.” 1–23.
- Suharto, Yanto, and Eko Hariadi. 2021. “Analisis Kualitas Website Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia Menggunakan Metode Webqual 4.0.” *Jurnal Manajemen Dan Organisasi* 12(2):109–21. doi:10.29244/jmo.v12i2.33917.
- Sundana, Sudadi Pranata, and Chandra Lukita. 2023. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Batik Trusmi).” *Jurnal Witana (JW)* 01(01):10–15.
- Suwarsa, Toto, and Hasibuan Rahmadani Aicha. 2021. “Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020.” *Jurnal Akuntansi* 51(1):1–15.

- Syaifullah, Muhammad. 2022. "Manajemen Sumber Daya Manusia Bahasa Arab." *Jurnal Ihtimam* 5(1):74–88. doi:10.36668/jih.v5i1.380.
- Wahdatul Laili, and Mochammad Isa Anshori. 2024. "Leadership and Management Style Pada PT PAL Indonesia: Studi Literatur Review." *Journal of Management and Creative Business* 2(2):161–78. doi:10.30640/jmcbus.v2i2.2340.
- Wangai, Richardo, Saban Echdar, and Giri, Dwi Nanda. 2023. "Pengaruh Kepemimpinan Transformasional, Modal Manusia Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja ASN Pada Dinas Tenaga Kerja Dan Transmigrasi Kabupaten Manokwari." *JMBA: Journal of Management and Business Accounting* 1(2):137–49. <https://www.jmbaina.id/index.php/jmba/index>.
- Warahmah, Mawaddah, Risnita, and M. Syahrani Jailani. 2023. "Pendekatan Dan Tahapan Penelitian Dalam Kajian Pendidikan Anak Usia Dini." *Jurnal DZURRIYAT Jurnal Pendidikan Islam Anak Usia Dini* 1(2):72–81. doi:10.61104/jd.v1i2.32.
- Wijayanti, Fairurrissa, and Basar Maringan Hutauruk. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Journal of Trends Economics and Accounting Research* 3(4):465–71. doi:10.47065/jtear.v3i4.725.
- Wiranata, and Arief. 2024. "Pengaruh Kompensasi Dan Motivasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada PT. Bina Karya Sejati Jakarta Timur." *Neraca Manajemen, Ekonomi* 3(10). <http://www.jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie/article/view/14562>.