



LAPORAN PENELITIAN

JUDUL:

**KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI TINJAU DARI HARGA,
KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI PADA TOKO OLEH-OLEH
CANDARIA KEDIRI**

Oleh:

Nabila Ayu Permatasari Prasetyo	(2112010439)
Ema Nurzainul H., M.M.	(0727127801)
Poniran Yudho L., M.M.	(0704047306)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DITINJAU DARI HARGA, KUALITAS PELAYANAN, DAN LOKASI PADA TOKO OLEH-OLEH CANDARIA KEDIRI
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Nabila Ayu Permatasari Prasetyo
- b. NPM : 2112010439
- c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
- d. Alamat Rumah : Jalan Kawi Gang 2, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur, 64112
- e. Telp./HP : 085784363823
- f. Email : nabilaayupermatasari@gmail.com
3. Jangka waktu Penelitian : 3 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
- b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
- Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



Restin Meilina, M.M.
NIDN. 0721058605

Kediri, 11 Juli 2025
Ketua,



Nabila Ayu Permatasari Prasetyo
NPM. 2112010439

Menyetujui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



Dr. Amin Tohari, M.Si.
NIDN. 0715078102

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Esa, karena hanya atas ridho-Nya tugas penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Penyusunan laporan penelitian ini diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.M. Selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Restin Meilina, M.M. Selaku Kaprodi Manajemen.
4. Ema Nurzainul H., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, serta masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Poniran Yudho Leksono, M.M. Selaku Dosen Pembimbing kedua yang telah memberikan motivasi, koreksi, dan semangat dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Mimo dan Pipo serta Ayah dan Kakak yang memberikan dukungan dan semangat baik secara finansial dan moral untuk menyelesaikan masa studi.
7. Sahabat semasa kuliah dan juga Teman-teman yang selalu memberikan perhatian, dukungan, dan motivasi.
8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada pihak-pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan laporan penelitian ini.

Disadari bahwa laporan penelitian ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan kritik dan saran-saran yang membangun. Akhir kata, penulis mengucapkan terimakasih.

Kediri, 11 Juli 2025



Nabila Ayu Permatasari Prasetiyo
NPM. 2112010439

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh signifikan keputusan pembelian konsumen di tinjau dari harga, kualitas pelayanan, dan lokasi pada Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri secara parsial dan simultan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan transaksi di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri, instrumen penelitian ini menggunakan kuesioner yang melibatkan 40 responden pelanggan di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Probability Sampling (Simple Random Sampling)*, dan teknik analisis data menggunakan uji regresi linier berganda. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS 25. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa harga, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, sedangkan lokasi secara parsial berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian. Variabel harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko oleh-oleh candaria Kediri. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman serta memberikan wawasan terkait peningkatan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi agar dapat mencapai keberhasilan di pasar. Bagi perusahaan, penelitian ini dapat menjadi gambaran dalam strategi peningkatan kualitas perusahaan. Sehingga dapat meminimalisir risiko yang mungkin terjadi. Penelitian ini hanya membahas pada harga, kualitas pelayanan, dan lokasi sebagai variabel independen, serta keputusan pembelian sebagai variabel dependen. Masih ada variabel-variabel lain yang mempengaruhi dependen yang perlu diteliti lagi.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
KATA PENGANTAR	iii
RINGKASAN	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Tujuan Penelitian.....	4
BAB II KAJIAN TEORI.....	6
A. Keputusan Pembelian.....	6
B. Harga	10
C. Kualitas Pelayanan	12
D. Lokasi.....	14
BAB III METODE PENELITIAN.....	17
A. Deskripsi Metode Penelitian	17
B. Rincian Proses Pengumpulan Data	17
C. Sasaran Penelitian	18
D. Instrumen Penelitian.....	18
E. Prosedur Analisis Data.....	21
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
A. Hasil Penelitian	27
B. Pembahasan.....	42
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	45
A. Kesimpulan.....	45
B. Saran.....	45
DAFTAR PUSTAKA	48
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian.....	19
Tabel 3.2 Nilai Skala Likert	20
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Instrumen	22
Tabel 3.4 Reliabilitas Instrumen Penelitian	23
Tabel 4.1 Frekuensi Variabel Harga (X1).....	29
Tabel 4.2 Frekuensi Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	31
Tabel 4.3 Frekuensi Variabel Lokasi (X3).....	33
Tabel 4.4 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	35
Tabel 4.5 Hasil Tes Multikolinearitas	38
Tabel 4.6 Hasil Regresi Linier Berganda	39
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	40
Tabel 4.8 Hasil Tes T	40
Tabel 4.9 Hasil Tes F	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas Analisis Grafik.....	37
Gambar 4.2 Hasil Tes Heteroskedastisitas.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Surat Ijin Penelitian	52
Lampiran 2 : Surat Balasan/Keterangan Telah Melakukan Penelitian Dari Perusahaan	53
Lampiran 3 : Instrumen Penelitian	54
Lampiran 4 : Tabulasi Angket.....	60
Lampiran 5 : Dokumentasi.....	65
Lampiran 6 : Artikel Yang Dipublikasikan.....	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era bisnis saat ini, persaingan dalam dunia bisnis mengalami persaingan yang semakin ketat. Susanti (2024) Berpendapat bahwa Berdasarkan data yang menunjukkan peningkatan jumlah Pelaku Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) di Kota Kediri dari 7.077 pada tahun 2022 menjadi 9.553 pada tahun 2023, dapat diinterpretasikan bahwa pertumbuhan signifikan ini juga berkorelasi dengan intensifikasi persaingan usaha di sektor tersebut. Terlebih lagi, pesaing berbagai kota berdatangan. Namun juga dari daerah sekitar. Lokasi yang terdekat dalam hal ini adalah kabupaten Kediri. Angka tersebut menunjukkan bahwa persaingan usaha di Indonesia semakin pesat dan ketat sehingga produsen harus pintar-pintar dalam menyusun strategi bisnisnya dalam berbagai aspek. Usaha yang bergerak dibidang industri terutama wilayah Kediri banyak berdiri Toko Oleh-Oleh. Salah satunya yaitu Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri. Toko Oleh-Oleh ini ber alamatkan di Jalan PJKA Stasiun No.29 Kediri. Seperti Toko Oleh-Oleh pada umumnya, Candaria juga menjual berbagai macam produk salah satu produk unggulannya adalah olahan dari Nanas yaitu Pie Nanas, Bolu Nanas, struddel nanas, serta aneka ragam olahan nanas lainnya juga termasuk Minuman Sari Nanas Khas dari Candaria yang enak dan nikmat ketika disantap. Dalam hal ini mendorong perlunya sikap stakeholder terhadap harga, kualitas pelayanan, dan lokasi, sehingga masyarakat memiliki berbagai pertimbangan dalam melakukan keputusan pembelian serta membuat para konsumen merasa puas ketika melakukan transaksi di Toko Oleh-Oleh Candaria.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat beberapa permasalahan yang terjadi di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri khususnya tentang keputusan pembelian. Hal itu dibuktikan dengan pra-survey yang dilakukan oleh penulis kepada 30 konsumen Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri tentang keputusan pembelian. Konsumen mengaku ada beberapa hal terkait pemilihan seperti

harga yang menjadi salah satu pertimbangan pembelian di Toko Oleh-Oleh Candaria, Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh pegawai dibagian penjualan masih perlu diperbaiki, dan Lokasi yang kecil menyulitkan konsumen untuk menemukannya.

Menurut Sakdiyah (2021) mendefinisikan keputusan pembelian sebagai teknik-teknik pemecahan masalah yang digunakan orang untuk memilih perilaku alternatif terbaik dari dua pilihan atau lebih, yang dianggap sebagai tindakan yang paling baik untuk dibeli setelah menyelesaikan langkah-langkah proses pengambilan keputusan. Dua elemen dapat muncul antara niat untuk membeli dan aktualisasi pembelian, menurut Kotler & Amstrong (2017) yang mendefinisikan keputusan pembelian konsumen sebagai keputusan untuk memperoleh merek yang paling diinginkan. Proses pengambilan keputusan dapat direalisasikan sebagai hasil dari pilihan pembelian.

Harga suatu produk merupakan salah satu unsur yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumens. Menurut Musyafak (2021) harga adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan pembeli untuk memperoleh atau menggunakan suatu barang. Penentuan harga menjadi penting karena berdampak langsung pada jumlah penjualan dan daya tarik barang dan jasa yang tersedia di pasar. Menurut Sari & Nuvriyasri (2018) harga adalah satu-satunya elemen bauran pemasaran yang secara langsung menghasilkan pendapatan bagi perusahaan. Menurut Hidayati et al (2021) mendefinisikan harga sebagai nilai yang ditukarkan atas perolehan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Namun terdapat sedikit masalah yang terkait dengan harga, ada yang mengatakan bahwa harga di Toko Oleh-Oleh Candaria Relatif mahal sehingga belum bisa kompetitif dengan toko lain yang memberikan harga yang lebih murah. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Hendrawan (2024) harga secara signifikan dan positif mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Dalam hal perlunya penelitian lebih mendalam terhadap Harga, karena harga menjadikan konsumen untuk berpikir dua kali apakah akan membeli produk di Toko Oleh-Oleh Candaria atau bahkan mungkin akan berpindah ke tempat lain yang menawarkan harga yang tidak jauh berbeda.

Faktor selain harga yaitu kualitas layanan adalah elemen lain yang mempengaruhi penilaian tentang apa yang akan dibeli. Menurut Sulistyowati (2018) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan yang berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, ditambah dengan ketepatan dan efisiensi dalam penyampaiannya, untuk menghasilkan ketepatan dan keselarasan secara proporsional sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan menurut Hidayati (2021) mendefinisikan kualitas layanan sebagai standar keunggulan yang diharapkan dan kapasitas untuk mengelola keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Hubungan yang menguntungkan antara kebahagiaan pelanggan dan kualitas layanan telah diakui secara luas. Namun terjadi permasalahan pada Toko Oleh-Oleh Candaria spesifiknya dalam hal keramahan terhadap konsumen, kecepatan pelayanan.

Pelayanan dalam memberikan sikap puas untuk konsumen, dan kurangnya inisiatif untuk menawarkan produk kepada pelanggan, sehingga membuat konsumen tidak puas terhadap pelayanan. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Sholikah (2024) bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Menurut Fatwa (2021) kualitas pelayanan mencakup tindakan langsung dari perusahaan, termasuk karyawan dan fasilitas, yang bertujuan untuk memuaskan konsumen. Oleh karena itu, pelaku bisnis harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Apabila suatu bisnis mampu memberikan pelayanan yang baik, maka citra pelayanannya akan menyebar luas, baik secara langsung maupun tidak langsung, karena kepuasan yang dirasakan oleh satu pelanggan akan tersampaikan kepada pelanggan lain dalam suatu mata rantai.

Selain harga dan kualitas pelayanan, faktor lokasi bisnis memiliki kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Konsumen selalu mempertimbangkan aspek lokasi dalam proses pembelian produk. Lebih jauh lagi, bagi seorang pengusaha kuliner, pemilihan lokasi menjadi pertimbangan penting sebelum mendirikan usaha, mengingat lokasi yang strategis dan tepat secara langsung dapat menentukan tingkat

keberhasilan penjualan yang diharapkan. Menurut Fauji (2018) menegaskan bahwa salah satu elemen terpenting yang mempengaruhi kinerja layanan adalah lokasi, karena hal ini berdampak langsung pada pasar yang memungkinkan bagi penyedia layanan untuk mempengaruhi keputusan pelanggan. Sedangkan Menurut Tjiptono (2020) istilah “lokasi” menggambarkan berbagai inisiatif pemasaran yang bertujuan untuk memudahkan produsen mengangkut atau mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen. Namun terjadi permasalahan lokasi karena outlet yang kecil menyulitkan konsumen untuk menemukannya, faktornya karena tertutup oleh pengusaha lain. Secara alamiah, pelanggan akan selalu mengecek lokasi sebelum melakukan pembelian agar dapat meningkatkan minat terhadap toko Oleh-Oleh Candaria Kediri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Aisy (2024) bahwa lokasi secara signifikan dan baik mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Maka dari itu para pebisnis harus memperhitungkan variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Jika suatu usaha mampu menentukan lokasi yang baik dan sesuai untuk usahanya.

Untuk mengetahui apakah harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian di tempat tersebut karena merasa belum ada peneliti lain yang melakukannya. Berdasarkan uraian tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Keputusan Pembelian Konsumen di Tinjau dari Harga, Kualitas Pelayanan, dan Lokasi pada Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri”**.

B. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian diatas maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri.
2. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri.

3. Untuk menganalisis apakah lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri.
4. Untuk menganalisis apakah harga, kualitas pelayanan, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Toko Oleh-Oleh Candaria Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisy, N. (2024). Jurnal Manajemen Dakwah. *Jurnal Manajemen Dakwah*, 1(1), 155–171.
- Angga Reta, T., & Yudho Leksono, P. (2022). Simposium Manajemen dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri Tahun 2022 PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN MEREK LEMONILO. *Simposium Manajemen Dan Bisnis I Prodi Manajemen FEB UNP Kediri*, 437–443.
- Atina, Hakimah, E., & Rony K. (2022). Analisis kualitas produk, harga, dan brand ambassador terhadap keputusan pembelian skincare ms glow. ... *Dan Bisnis (Simanis)* ..., 543–551.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1853%0Ah>
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1853/1427>
- Devi, L. K. I. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Market Place (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya). *Manajemen*, 1–114.
- Dewi, A. I. S., Hakimah, E. N., & ... (2021). Analisis Dampak Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Gtl Balancing-Spooring Cabang Mojoroto Kediri. *Seminar Nasional* ..., 566–571.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/880%0Ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/download/880/821>
- Fatwa Muhamad Haris, Poniran Yudho Laksono, R. K. (2021). *Analisis kualitas pelayanan, tingkat harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada pt syarekah jaya gas kediri*. 1566–1575.
- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146.
<https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 edisi ke-9*.
- Hendrawan, Wahyudi, Ardelia, A. S., & Achmad. (2024). Pengaruh Fasilitas, Keberagaman Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Supermarket Syariah (Studi Kasus PT. Cepat Versi Arli Singkawang). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(02), 1501–1507.
<https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jie>
- Hidayati, E. N., Leksono, P. Y., & Sasongko, M. Z. (2021). Implikasi Keputusan Pembelian Berdasarkan Varian Produk, Harga Dan Promosi Pada Bawang Goreng Kak Ros Umkm Sawung Tani. *Seminar Nasional Manajemen*,

Ekonomi Dan Akuntansi, 6(1), 909–917.

- Hidayati et, al. (2021). *Loyalitas dan Kepuasan Konsumen : Tinjauan Teoritik*. Cipta Media Nusantara.
- Indrasari. (2019). PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN. In *Unitomo Press*.
- Johan, D. A. J. D. (2021). *Manajemen dan Strategi Pembelian*. Media Nusa Creative.
- Kotler & Amstrong. (2017). Principles of Marketing. In *Early Greek Mythography, Vol. 1: Texts*. <https://doi.org/10.1093/oseo/instance.00295839>
- Musyafak, Y. (2021). Pengaruh Harga, Iklan (Promosi), dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Study Kasus Di Salon Beauty Art Treatment Tulungagung). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 6(1).
- Sakdiyah, H. (2021). *Pengaruh kualitas pelayanan, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Joglo Resto keleyan kecamatan Socah*.
- Sari, D. P., & Nuvriasari, A. (2018). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Merek Eiger (Kajian Pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Yogyakarta). *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 73–83. <https://doi.org/10.33633/jpeb.v3i2.2298>
- Sholikah, Ainul; Fauji, Diah Ayu Septi; Purnomo, H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pusat Oleh-Oleh GTT Kediri. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 3(1), 203–212.
<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4637>
- Simamora, Bilson. (2002). Panduan riset perilaku konsumen. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Sulistyowati, W. (2018). *Buku Ajar Kualitas Layanan : Teori dan Aplikasinya*. In.
- Susanti, E. (2024). *Pelaku UMKM di Kota Kediri Bertambah Ribuan*. Radar Kediri. <https://radarkediri.jawapos.com/ekonomi/784443792/pelaku-umkm-di-kota-kediri-bertambah-ribuan>
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Penerbit Andi.
- Vaudia, C., Moch, C., Dzulkirom, A. R., & Zahroh, Z. A. (2017). ANALISIS ACTIVITY BASED COSTING SYSTEM DALAM PENENTUAN HARGA POKOK PRODUKSI GUNA MENENTUKAN HARGA JUAL GULA (Studi Kasus pada PT. PG. Kebon Agung Unit PG. Kebon Agung Kecamatan Pakisaji Kabupaten Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)/Vol*, 48(1), 1–10. <https://www.neliti.com/publications/88061/analisis-activity-based->

costing-system-dalam-penentuan-harga-pokok-produksi-guna

- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119–136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>
- Wulandari, A., Ratnanto, S., Nurzainul Hakimah, E., Nusantara PGRI Kediri, U., Ahmad Dahlan No, J. K., Kediri, K., Timur, J., & Artikel, I. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Harga, Dan Kualias Produk Dalam Keputusan Pembelian Produk Skintific. *Simposium Manajemen Dan Bisnis III Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 791–802.