

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TELUR ASIN DI UMKM MEKAR TELOR**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (SM.)
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

MUSAQOFUL FIKRI SYAHPUTRA

NPM: 2112010005

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

2025

Skripsi Oleh :

MUSAQOFUL FIKRI SYAHPUTRA

NPM : 2112010005

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELUR ASIN DI
UMKM MEKAR TELOR**

Telah Disetujui Untuk Diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 2 Juli 2025

Dosen Pembimbing I



Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M.

NIDN. 0715078102

Dosen Pembimbing II



Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.

NIDN. 0730127403

Skripsi Oleh :

MUSAQOFUL FIKRI SYAHPUTRA

NPM : 2112010005

Judul :

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELUR ASIN DI
UMKM MEKAR TELOR**

Telah Dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 07 Juli 2025

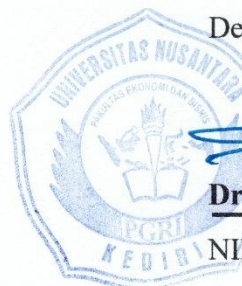
Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia penguji :

1. Ketua : **Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M.**
2. Penguji I : **Edy Djoko Soeprajitno, S.E., M.M.**
3. Penguji II : **Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd.**

Mengetahui,

Dekan FEB,



Dr. Amin Tohari, M.Si.

NIDN. 0715078102

Motto :

Sebenarnya tidak ada yang perlu di khawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan hidupmu selalu mudah. Tetapi, duakali Allah berjanji bahwa :

إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا

“Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”

(Qs. Al-insyirah: 5-6)

Kupersembahkan karya ini buat :

Kedua orangtua saya yang menjadi alasan untuk tidak menyerah, serta seseorang yang telah memberikan tantangan terbesar dalam perjalanan hidup saya.

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini saya,

Nama : Musaqoful Fikri Syahputra
Jennis kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri, 27 Mei 2001
NPM : 2112010005
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 01 juli 2025
Yang menyatakan



Musaqoful Fikri Syahputra

NPM. 2112010005

PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena atas perkenan-nya penyusunan skripsi ini dapat di selesaikan. Skripsi dengan judul *"Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Telur Asin di UMKM Mekar Telor"* ditulis guna memenuhi sebagai syarat memperoleh gelar Sarjana Manajemen (SM.) pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini di ucapkan terima kasih dan penghargaan dengan 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. Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M. dan Rino Sardanto, S.Pd., M.Pd. Sebagai Pembimbing.
5. UMKM Mekar Telor yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian.
6. Keluarga dan Sahabat, dan pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas kontribusi dan bantuannya.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka diharapkan masukan, kritik dan saran, dari berbagai pihak sangat diharapkan.

Akhirnya, disertai harapan semoga skripsi ini ada manfaatnya bagi kita semua.

Kediri, 19 juni 2025

Musaqoful Fikri Syahputra
NPM. 2112010005

RINGKASAN

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis bagaimana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan memengaruhi keputusan pembelian telur asin oleh konsumen di UMKM Mekar Telor, di Kabupaten Kediri. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier berganda menggunakan software SPSS versi 23. Data dikumpulkan dari 60 responden melalui kuesioner dan observasi selama lima bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk ($\beta = 0,392$, $p = 0,000$), harga ($\beta = 0,136$, $p = 0,017$) dan kualitas pelayanan ($\beta = 0,149$, $p = 0,026$) berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memberikan implikasi bahwa UMKM perlu menjaga konsistensi kualitas produk, menetapkan harga yang sesuai dengan nilai produk, serta meningkatkan kualitas pelayanan untuk meningkatkan minat beli dan loyalitas konsumen terhadap produk telur asin mereka.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian, Telur Asin, UMKM.

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
LEMBAR MOTTO.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	v
PRAKATA.....	vi
RINGKASAN	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	13
A. Latar Belakang Masalah	13
B. Rumusan Masalah.....	16
C. Tujuan Penelitian	16
D. Manfaat Penelitian.....	16
BAB II LANDASAN TEORI	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
A. Keputusan Pembelian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
B. Kualitas Produk.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
C. Harga.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
D. Kualitas Pelayanan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
E. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
F. Kerangka Berpikir.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
G. Hipotesis.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
A. Desain penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

B. Definisi operasional variabel ...	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
C. Instrumen Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
D. Populasi dan Sampel	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
E. Prosedur Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
F. Tempat dan Waktu Penelitian ..	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
G. Teknik Analisis Data.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ...	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
A. Hasil Penelitian.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
B. Pembahasan	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
BAB V PENUTUP.....	
	19
A. Simpulan.....	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
B. Implikasi	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
C. Saran	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
DAFTAR RUJUKAN	
	20
LAMPIRAN.....	
	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.

DAFTAR TABEL

- Tabel 2. 1 Hasil Penelitian terdahulu . **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 1 Definisi operasional **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 2 Kisi-kisi Instrumen penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 3 Skala pengukuran linkert ... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 4 Tabel uji validitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 5 Tabel uji reabilitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 3. 6 Tabel Prosedur Penelitian .. **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 1 Karakteristik berdasarkan jenis kelamin **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 4 Kategori Rata-rata **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 5 Tabel Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 6 Tabel Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 7 Tabel Deskripsi Data Harga **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 8 Tabel Deskripsi Data Kualitas Pelayanan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 9 Hasil Uji Kolmogorov Smirnov Uji Normalitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 11 Uji Heteroskedastisitas Metode Glejser **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 12 Hasil Uji regresi Berganda **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Tabel 4. 13 Hasil Koefisien determinasi **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Tabel 4. 14 Hasil Uji t..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

Tabel 4. 15 Hasil Uji F..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir	i
-------------------------------------	---

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Instrumen penelitian **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 2 Jawaban responden **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 3 Hasil Pengujian Validitas . **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 4 Uji reliabilitas **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 5 Analisis Deskriptif..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 6 Uji Asumsi Klasik **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 7 Pengujian Hipotesis **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 8 Tabel t-hitung dan f-hitung**Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 9 Surat Izin Penelitian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 10 Surat Balasan Izin Penelitian..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 11 Kartu Bimbingan **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 12 Surat Keterangan Bebas Similarity..... **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**
- Lampiran 13 Lembar Keterangan Revisi **Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.**

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Tingkat keberhasilan pemasaran produk maupun jasa dipengaruhi oleh satunya adalah keputusan untuk membeli. Keputusan pembelian adalah hasil dari pilihan yang dibuat oleh konsumen saat memutuskan untuk membeli suatu produk. Dalam proses tersebut, konsumen mempertimbangkan berbagai aspek yang menurut mereka penting. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembelian adalah preferensi atau kesukaan konsumen terhadap produk tertentu (Nuruzzakiya, 2023).

Konsumen juga bersedia menerima dan bertanggung jawab atas risiko yang akan timbul dari keputusan tersebut. Akan berbanding terbalik, apabila produk atau layanan tidak sesuai dengan harapan, konsumen berpotensi mengalami kekecewaan yang mengakibatkan pengaruh terhadap keputusan pembelian mereka di kemudian hari, baik dengan berhenti membeli produk tersebut atau mencari alternatif lain yang lebih memadai.

Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh banyak faktor diantaranya adanya faktor kualitas produk, faktor harga, dan faktor dalam menyediakan pelayanan. Ketiga faktor tersebut belum banyak di teliti secara simultan terutama dalam Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) khususnya di UMKM yang memproduksi telur asin. Riset terdahulu yang dikerjakan oleh Raharjo dkk., (2024) menemukan kualitas suatu produk berdampak positif serta signifikan pada keputusan dalam melakukan pembelian. Produk dengan mutu tinggi cenderung membangun kepercayaan konsumen serta memperkuat pandangan mereka terhadap nilai dari produk tersebut, yang pada akhirnya mendorong keputusan untuk membeli. Temuan ini juga menjabarkan bahwa kualitas produk adalah bagian dari aspek kunci yang mempengaruhi preferensi konsumen dalam memilih. Ketika penilaian suatu produk terdapatnya kualitas yang baik, konsumen akan merasa lebih yakin dan puas dengan keputusannya, sehingga peluang untuk melakukan pembelian kembali pun semakin besar.

Penelitian lainnya dari Sri Tahany dkk. (2023) menunjukkan hasil bahwa Harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kons.

Harga dinilai sesuai dengan kualitas, terjangkau, dan memberikan manfaat yang sepadan. Persepsi terhadap harga yang dianggap adil atau bersaing membuat konsumen merasa bahwa apa yang mereka bayarkan sebanding dengan apa yang mereka peroleh. Serta kualitas dalam pelayanan yang optimal mendorong minat beli dikarenakan konsumen merasa nyaman.

Riset lainnya dari Rahayu (2018) menunjukkan variabel harga, baik secara bersama-sama (simultan) maupun secara terpisah (parsial), terbukti memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian telur asin. Berdasarkan hasil temuan dapat dilakukan pemahaman yang lebih mendalam, maka diperlukan penelitian lanjutan.

kualitas produk dipahami sebagai kombinasi dari berbagai karakteristik yang memungkinkan produk memenuhi kebutuhan pelanggan secara konsisten dan sesuai dengan harapan mereka. Untuk memastikan kualitas produk tetap terjaga, perusahaan perlu melakukan pengujian secara rutin terhadap bahan baku, proses produksi, dan kontrol kualitas di setiap tahap produksi (Putri dkk., 2021).

Harga menjadi bagian komponen utama dalam strategi pemasaran produk dikarenakan memiliki fungsi untuk menjangkau segmen pasar yang dituju sekaligus menarik perhatian calon pembeli. Perannya sangat vital dalam membentuk daya tarik terhadap produk di pasaran dan turut mempengaruhi pengambilan keputusan dalam melakukan proses pembelian. Penetapan harga yang sesuai mampu membangun persepsi positif terhadap nilai produk di mata konsumen, yang pada akhirnya mendorong terjadinya pembelian. Sebaliknya, harga yang terlalu mahal atau terlalu murah bisa berdampak pada cara konsumen menilai kualitas produk tersebut (Rachmad dkk., 2023).

Penelitian ini dilakukan untuk membuktikan teori Keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh interaksi antara produk yang berkualitas, persepsi harga, dan mutu pelayanan. Ketiga aspek ini memainkan peran penting dan saling memengaruhi dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Meskipun demikian, sejumlah penelitian terdahulu cenderung meneliti ketiga faktor tersebut secara terpisah, bukan sebagai satu kesatuan yang saling berkaitan.

Dalam praktiknya, khususnya dalam pembelian produk telur asin, ditemukan adanya perbedaan pendapat di kalangan konsumen mengenai kualitas produk, kesesuaian harga, dan pelayanan pembelian. Perbedaan persepsi ini menunjukkan bahwa masih diperlukan analisis lebih lanjut untuk memahami faktor mana yang paling dominan serta bagaimana ketiganya saling berinteraksi dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

Dari pengamatan yang telah dilaksanakan di Usaha Mikro Kecil Menengah yang disingkat UMKM yang bernama Mekar Telor, ditemukan beberapa respon dari konsumen terhadap kualitas telur asin yang berubah-ubah. Perubahan tekstur telur, rasa asin yang kurang dan daya simpan yang belum mencantumkan tanggal kadaluarsa. Hal ini dapat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian, yang pada akhirnya menyebabkan penurunan jumlah pelanggan dan keengganan mereka untuk membeli produk tersebut kembali.

Kesesuaian harga juga berpengaruh terhadap minat beli telur asin. Ketika harga yang di tawarkan terlalu tinggi, pelanggan cenderung mengurangi jumlah dalam pembelian produk. Kenaikan harga produk yang signifikan mengakibatkan para pelanggan mempertimbangkan untuk mengambil keputusan dalam membeli.

Selain kualitas yang sering berubah, kenaikan harga yang signifikan, ditemukan juga kualitas pelayanan yang mengakibatkan masalah yang timbul yaitu ketersediaan produk telur asin yang tidak memenuhi kebutuhan pelanggan. Hal ini dapat mengakibatkan penurunan pendapatan dikarenakan konsumen menjadi membatalkan keputusannya untuk membeli produk tersebut.

Berdasarkan latar belakang, nampak bahwa masih belum banyak penelitian terhadap keputusan pembelian pada UMKM telur asin. Dengan demikian, peneliti berniat untuk melakukan studi guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait perilaku keputusan pembelian. Peneliti melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TELUR ASIN DI UMKM MEKAR TELOR”.

B. Rumusan Masalah

Merujuk terhadap sumber permasalahan yang di uraikan diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk telur asin di Mekar Telor memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian ?
2. Apakah harga produk telur asin di Mekar Telor berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
3. Apakah kualitas pelayanan di Mekar Telor berpengaruh terhadap keputusan pembelian ?
4. Apakah ada pengaruh antara kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan di Mekar Telor terhadap keputusan pembelian ?

C. Tujuan Penelitian

Merujuk pada rumusan masalah yang telah dijabarkan, terdapat tujuan dari penelitian yang di rumuskan :

1. menginterpretasi bagaimana pengaruh kualitas produk telur asin di Mekar Telor terpaut pada keputusan pembelian.
2. Mengkaji pengaruh harga produk telur asin di Mekar Telor dalam kaitannya dengan keputusan pembelian.
3. Membahas pengaruh kualitas pelayanan di Mekar Telor atas keputusan pembelian.
4. Menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan di Mekar Telor mengenai keputusan pembelian.

D. Manfaat Penelitian

Diharapkan capaian penelitian dapat membawa manfaat dan masukan terutama :

1. Manfaat teoritis
 - a. Sebagai referensi atau sumber kajian untuk memperluas wawasan di manajemen pemasaran.
 - b. Membantu para pemasar untuk lebih memahami bagaimana produk yang berkualitas, persepsi harga, dan mutu pelayanan saling terkait dan mempengaruhi perilaku konsumen.

- c. Berkontribusi dalam pengembangan teori manajemen pemasaran dengan menambah wawasan tentang pentingnya kualitas, harga, dan pelayanan dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian.

2. Kontribusi praktis

a. Bagi Perusahaan

- 1) Memberikan dukungan kepada UMKM Mekar Telor dalam mengidentifikasi berbagai faktor yang memberikan pengaruh terhadap keputusan dalam membeli produk telur asin mereka.
- 2) Memberikan wawasan tentang dampak dari mutu produk, persepsi harga, dan pelayanan yang berkualitas terhadap preferensi pelanggan, sehingga UMKM akan menyesuaikan penawaran produk dan layanan sesuai dengan ekspektasi pasar.
- 3) Memberikan dasar yang kuat untuk Menyusun rencana pemasaran dengan optimal, menyesuaikan harga secara proporsional, meningkatkan mutu produk, serta menyempurnakan layanan kepada pelanggan.
- 4) Meningkatkan daya saing Mekar Telor dalam pasar yang kompetitif dengan memperluas pangsa pasar dan mempertahankan pelanggan setia.
- 5) Membantu UMKM mengidentifikasi elemen-elemen penentu dalam pengambilan keputusan pembelian, yang dapat mempertahankan pelanggan sehingga meningkatkan kepuasan mereka.
- 6) Memberikan dasar untuk pengambilan keputusan bisnis yang lebih tepat dalam pengelolaan operasional.
- 7) Mendorong pertumbuhan dan kesuksesan jangka panjang bagi Mekar Telor dengan mempengaruhi perilaku pembelian konsumen secara positif.

b. Bagi peneliti selanjutnya

- 1) Memberikan referensi bagi peneliti lain untuk studi lebih lanjut mengenai aspek yang mempengaruhi keputusan pembelian, khususnya dalam hasil produksi makanan seperti telur asin.
- 2) Menjadi acuan untuk mengembangkan model analisis yang lebih luas tentang pengaruh kualitas produk, harga, dan layanan terhadap keputusan pembelian pelanggan.
- 3) Membantu peneliti lain mengeksplorasi topik serupa di sektor UMKM atau industri makanan lainnya dengan memperhatikan faktor lokal yang mempengaruhi perilaku konsumen.
- 4) Menawarkan panduan tentang penerapan metode analisis kuantitatif, seperti regresi linier berganda, untuk penelitian serupa dengan konteks yang berbeda.
- 5) Membuka peluang untuk studi lebih lanjut yang lebih mendalam di bidang pemasaran dan perilaku konsumen.
- 6) Berkontribusi pada perluasan rujukan ilmu pengetahuan, terutama di sektor pemasaran dan pengambilan keputusan konsumen.

c. Bagi pihak lain

- 1) Menjadi sumber informasi yang berguna serta memberikan gambaran bagi pihak lain, seperti pelaku usaha, akademisi, atau peneliti dalam bidang pemasaran.
- 2) Memberikan pemahaman yang komprehensif terkait hal-hal yang mendorong keputusan pembelian oleh konsumen, yang dapat dimanfaatkan oleh pelaku usaha sebagai dasar dalam mengembangkan pendekatan bisnis yang lebih efisien.
- 3) Berfungsi sebagai rujukan untuk pihak lain dalam merumuskan kebijakan pemasaran yang tepat guna dan mengacu pada preferensi pelanggan.
- 4) Membantu pihak lain, seperti pelaku UMKM, memahami preferensi dan perilaku konsumen untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

- 5) Memberikan kontribusi bagi pengembangan teori dan praktik pemasaran yang dapat diterapkan oleh pelaku usaha atau lembaga pendidikan.
- 6) Membuka peluang untuk pihak lain melakukan penelitian lanjutan yang lebih spesifik dan aplikatif sesuai dengan kebutuhan atau konteks yang berbeda

DAFTAR RUJUKAN

- Andrian, Putra, C. I. W., Jumawan, & Fadhli Nursal, M. (2022). *Perilaku Konsumen* (R. Iye & E. D. Widyawaty, Ed.; 01 ed.). Penerbit Rena Cipta Mandiri.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*. <http://ejournal.yayasanpendidikandzurriyatulquran.id/index.php/ihsan>
- Awaludin, M., Mantik, H., & Fadillah, F. (2023). *Penerapan Metode Servqual Pada Skala Linkert Untuk Mendapatkan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pelanggan*. *Jurnal Sistem Informasi*, 10(01), 89–106. <https://journal.universitassuryadarma.ac.id/index.php/jsi/article/view/990>
- Brunet, J., Colbert, F., Laporte Renaud Legoux, S., & Lussier, B. (2018). *Marketing Management* (S. Choinière, A. Ouellet, & P. Paré, Ed.; 2 ed.). *Bibliothèque et Archives nationales du Québec and Library and Archives Canada cataloguing*.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5 ed.). SAGE Publications, Inc.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu & I. Kaisar, Ed.; 01 ed.). *Global Research And Cosulting Institute*. <https://www.researchgate.net/publication/334957485>
- Damanik, F. H. S., Fitrianiingsih, A. D. R., Fitriani, D., Humaidi, H. N. A., Minarsi, A., Mesya, M., & Juansa, A. (2025). *Dasar-Dasar Statistika: Konsep, Metode, dan Penerapan*. PT. Star Digital Publishing.
- Erlisa, D. O. N., & Paramitha, D. A. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Online Shop Callathrif Nganjuk*. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri*, 179–188. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/senmea/article/view/3801>
- Ernestivita, & G., Subagyo. (2020). *Harga, Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Penunjang Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri*. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Akutansi*, 10, 18–30. https://repository.unpkediri.ac.id/3239/1/61201_0720059101_ARTIKEL.pdf
- Fatmaningrum, S. R., Susanto, & Fadhilah, M. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Frestea*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 4(1). <http://journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/270>

- Fetriszen, & Aziz, N. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AICOS Produksi PT.Bumi Sarimas Indonesia*.
<https://doi.org/10.31219/osf.io/w6dt5>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis Eighth Edition (08 ed.)*. Annabel Ainscow. www.cengage.com/highered
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Operasionalisasi Variabel, Skala Pengukuran & Instrumen Penelitian Kuantitatif (M. Pradana, Ed.)*. CV. Eureka Media Aksara.
<https://repository.penerbiteuraka.com/publications/569215/operasionalisasi-variabel-skala-pengukuran-instrumen-penelitian-kuantitatif>
- Jaya, I. M. L. M. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Teori, Penerapan, dan Riset Nyata* (F. Husaini, M. Fikri, & D. Syahputra, Ed.; empat). Quadrant.
- Khairunnisa, N., Salwa Nabila, N., Maulana, A. R., & Pramono, J. (2023). *Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Pada Warmino KOSI*. Dalam Jurnal Manifest (Vol. 01, Nomor 01).
<https://www.jurnal.unismabekasi.ac.id/index.php/manifest>
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo*. Jurnal Manajemen Indonesia, 6, 1–14. <https://ojs.unimal.ac.id/jmi/article/view/4870>
- Mahendrayanti, M., & Wardana, M. (2021). *The Effect Of Price Perception, Product Quality, And Service Quality On Repucase Intention*. Dalam American Journal of Humanities and Social Sciences Research (Nomor 5). www.ajhssr.com
- Mardiatmoko, G. (2020). *Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda*. BAREKENG: Jurnal Ilmu Matematika dan Terapan, 14(3), 333–342.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Marlina, N., & Mutiantari, R. (2022). *Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sale Jari (Studi Pada Mutia Rasa)*. Ekono Insentif, 16(1), 21–30. <https://doi.org/10.36787/jei.v16i1.650>
- Martias, L. D. (2021). *Statistika Deskriptif Sebagai Kumpulan Informasi*. Fihris: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 16(1), 40.
<https://doi.org/10.14421/fhrs.2021.161.40-59>

- Maulana, M. I. N. (2021). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Artfresh*. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 05, 512–521.
- Nurrahma, A., Samari, & Sardanto, R. (2023). *Pengaruh harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Nagha Asmara*. *Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2, 151–159. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3175>
- Nuruzzakiya, L. (2023). *Preferensi Konsumen Sebagai Pendorong Keputusan Pembelian Telur Ayam "TIGAN JAYA" Trenggalek*. *Simposium Manajemen dan Bisnis*, 2, 1513–1522. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/3370/2614>
- Pratiwi, N. K. S., Suartina, I. W., & Sugianingrat, I. A. P. W. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Mcdonald's Di Kota Denpasar* (Vol. 1, Nomor 1). <https://www.academia.edu/download/75603766/739.pdf>
- Putri, N. A., & Indrawan, Y. W. (2025). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Eatlah Cabang Bintaro Kota Tangerang Selatan*. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi*, 2(2), 356–366. <https://jurnalamanah.com/index.php/cakrawala/index>
- Putri, N. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. (JOCE) *Journal of Comunication Education*, 15, 30–47. <https://jurnal.unipem.ac.id/index.php/joce-ip/article/view/226>
- Rachmad, Y. E., Setiawan, Z., Purwoko, Nora, L., Syamil, A., Risdwiyanto, A., Munizu, M., & Manaf, P. A. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN (Teori dan Studi Kasus) (Efitra & Sepriano, Ed.)*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. www.buku.sonpedia.com
- Raharjo, A. A., Afridah, N., & Mulyani, I. D. (2024). *Pengaruh Ragam Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Umkm Telur Asin Kencana Desa Wanasari Brebes)*. *Journal of Management and Creative Business*, 2(3), 240–254. <https://doi.org/10.30640/jmcbus.v2i3.2838>
- Rahayu, S. (2018). *Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Telur Asin di Kelurahan Limbangan Wetan Kabupaten Brebes*. *Strategik Manajemen*, 02. <https://ejurnal.stiewidyamanggalia.ac.id/index.php/str/article/view/33/30>

- Ramadhan, M. F., Siroj, R. A., & Afgani, M. W. (2024). *Validitas and Reliabilitas. Journal on Education*, 06(02), 10967–10975. <https://pdfs.semanticscholar.org/bd28/37a10f97f9c3db0a6f88bae8ee55ef416f7e.pdf>
- Riani, S. E. (2023). *Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Volume Penjualan Telur Asin Tangguh Di Kota Banjarbaru*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 2(3). https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://ejournal.lapad.id/index.php/jebmak/article/download/384/261/3373&ved=2ahUKEwjjsIz40KyOAxVtd2wGHcdnNaU4FBAWegQILRAB&usg=AOvVaw14PpgQ2klDW_CJWACi8GtW
- Sari, N., Fauji, A. S., & Sardanto, R. (2023). *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Pada CV. Welong Jaya*. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen dan Akuntansi (JEBMAK)*, 1(1). <https://repository.unpkediri.ac.id/9173/>
- Sri Tahany, Ikhwan, S., Mulyani, I. D., & Dumadi. (2023). *Pengaruh Harga, Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus UMKM Mitra Mandiri Kabupaten Brebes)*. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1105–1114. <https://doi.org/10.24815/jimps.v8i3.25027>
- Suprihatin, F., Istiasih, H., & Damayanti, S. (2024). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakso Pak Ndut Kediri*. *Simposium Manajemen dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 3, 1008–1016. <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4807>
- Utami, R. A., & Kussudyarsana. (2024). *Analisis Efektifitas Kampanye Pemasaran Storytelling Pada Platform Azarine Cosmetic Untuk Meningkatkan Brand Image Dan Brand Trust Sebagai Mediasi Terhadap Niat Pembelian Konsumen*. *Jurnal Akutansi dan Pajak*, 02, 1–6. <http://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jap/article/view/12524>