

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO VETERAN
NGANJUK**

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
pada Prodi Manajemen



OLEH :

MILATI HASNIYAH ZAHROH

NPM: 2112010022

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

2025

Skripsi Oleh :

MILATI HASNIYAH ZAHROH

NPM : 2112010022

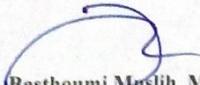
Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS DI TOKO VETERAN**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen FEB UN PGRI Kediri

Tanggal : 23 Juni 2025

Dosen Pembimbing 1,


Basthoumi Maslih, M.M.
NIDN : 0701018607

Dosen Pembimbing 2,


Dyah Ayu Paramitha, M.Ak.
NIDN : 0728068702

Skripsi Oleh :

MILATI HASNIYAH ZAHROH

NPM : 2112010039

Judul :

**PENGARUH CITRA MEREK,HARGA DAN KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS DI TOKO VETERAN**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi Manajemen UN
PGRI Kediri

Pada tanggal : 11 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Basthoumi Muslih,M.M
2. Penguji I : Susi Damayanti, S.Pd., M.M.
3. Penguji II : Dyah Ayu Paramitha,M,Ak.



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.
NIDN. 0715078102

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Milati Hasniyah Zahroh
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/tgl. Lahir : Nganjuk, 04 April 2002
NPM : 2112010022
Fak/Jur/Prodi : FEB / S1 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,
Yang Menyatakan



Milati Hasniyah Z
NPM: 2112010022

Motto :

“Maka barang siapa mengerjakan kebaikan sekecil apapun, niscaya dia akan melihat balasanNya”

(QS. AL Zalzalah ayat 7)

“Hidup bukan tentang menunggu badai reda, tapi tentang, belajar menari di tengah hujan”

(Maulana Jalaludin Rumi)

“ Tidak ada yang menyakitimu kecuali itu pikiranmu, tidak ada yang membatasiimu kecuali itu kekuatanmu, tidak ada yang mengendalikanmu kecuali itu keyakinanmu”

(Maulana Jalaludin Rumi)

Dengan mengucapkan Alhamdulillah karya ini merupakan bentuk rasa syukur saya kepada Allah Swt karena telah memberikan nikmat karunia dan pertolongan tiada henti hingga saat ini. sungguh perjuangan yang cukup panjang telah aku lalui untuk mendapatkan gelar sarjana ini. Rasa syukur dan bahagia yang kurasakan ini akan aku persembahkan kepada orang-orang yang ku sayangi dan berarti dalam hidupku orang tua tercinta dan tersayang Almarhumah ibu khodiyah, dan Bapak soim yang telah tulus merawat dan membesarkan saya terimakasih telah menghantarkan saya sampai di tempat ini. Karya ini juga saya persembahkan kepada kakak, adik dan teman teman yang selalu menjadi penyemangat terbaik,selalu memberikan semangat dukungan baik moril maupun material. Tak lupa dipersembahkan kepada diri sendiri, terima kasih telah berjuang dan bertahan sejauh ini dan tidak pernah berhenti berusaha dan berdoa berdoa untuk menyelesaikan skripsi ini

ABSTRAK

Milati Hasniyah Zahroh: Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Di Toko Veteran. Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri 2025.

Kata Kunci: citra merek, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian

Yang melatar belakangi penelitian ini Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan beras sebagai hasil pertanian utama. Sebagai makanan pokok mayoritas penduduk, beras memiliki peran vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Namun, produksi beras dalam negeri belum sepenuhnya mencukupi kebutuhan nasional. Konsumsi beras yang tinggi. Selain itu, rata-rata konsumsi beras per kapita per minggu pada tahun 2023 tercatat sebesar 1,740 kg. Badan Pusat Statistik Indonesia Angka ini menunjukkan bahwa beras tetap menjadi komoditas utama dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Penelitian pada Toko Veteran bertujuan untuk mengetahui citra merek, harga dan kualitas produk berdampak pada keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan Metode pendekatan kuantitatif melibatkan konsumen toko veteran. Penentuan jumlah sampel mengacu pada pendapat Roscoe dengan analisis multivariat jumlah sampel 40 pelanggan dengan teknik *accidental sampling* penentuan sampel kebetulan. Metode penelitian yang digunakan teknik analisis regresi linier berganda dengan tingkat kepercayaan 5% untuk memperoleh gambaran yang menyeluruh mengenai hubungan antara variabel satu dengan variabel yang lain.

Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji F dapat disimpulkan diketahui bahwa variabel citra merek, harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil *adjusted R square* menunjukkan nilai 0,617 artinya bahwa besarnya pengaruh citra merek, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 61%.

KATA PENGANTAR

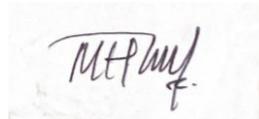
Puji Syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa. Karena hanya atas perkenaan tugas penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Ditoko Veteran dapat diselesaikan tepat pada waktunya Penyusunan skripsi ini merupakan bagian dari rencana penelitian penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini, penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, dan mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang sebesar – besarnya kepada :

1. Dr. Zainal Afandi M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Basthoumi Muslih, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1.
5. Dyah Ayu Paramitha, M.Ak. selaku Dosen Pembimbing 2.
6. Kepada kedua orang tua tercinta yang telah memberikan doa, semangat dan dorongan baik moril maupun materiil demi kelancaran dalam menyelesaikan skripsi.
7. Kepada sahabat – sahabat yang telah mendampingi serta memberikan semangat demi kelancaran dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
8. Kepada teman – teman yang telah berjuang bersama – sama dalam menyelesaikan penulisan skripsi serta selalu memberikan semangat dan motivasi.
9. Serta kepada diri sendiri yang mampu bertahan, berusaha dan semangat dalam menyelesaikan penulisan skripsi.

Disadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya, maka diharapkan kritik dan saran – saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Disertai harapan semoga skripsi ini mempunyai manfaat bagi kita semua

Kediri, 11 Juli 2025

A handwritten signature in black ink on a light-colored background. The signature is stylized and appears to read 'Milati Hasniyah Zahroh'.

MILATI HASNIYAH ZAHROH

NPM : 2112010022

DAFTAR ISI

HALAMAN DEPAN	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
ASTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Tujuan Penelitian.....	4
D. Manfaat Penelitian.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	6
A. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kepuasan Pembelian.....	6
B. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Citra Merek.....	12
C. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Harga	15
D. Teori dan Penelitian Terdahulu Variabel Kualitas Produk	19
E. Kerangka Berpikir	23
F. Hipotesis.....	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
A. Desain Penelitian	28
B. Definisi Operasional Variabel	28
C. Instrumen Penelitian.....	30
D. Tempat dan Waktu Penelitian	34
E. Populasi dan Sampel	35
F. Prosedur Penelitian.....	36

G. Teknik Analisis Data.....	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	42
A. Hasil Penelitian	42
B. Pembahasan.....	55
BAB V PENUTUP.....	59
A. Kesimpulan.....	59
B. Implikasi.....	59
C. Saran.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Data Penjualan Beras	3
Tabel 2. 1	: Penelitian Terdahulu Keputusan Pembelian.....	9
Tabel 2. 2	: Penelitian Terdahulu Citra Merek.....	14
Tabel 2. 3	: Penelitian Terdahulu Harga	18
Tabel 2. 4	: Penelitian Terdahulu Kualitas Produk	21
Tabel 3. 1	: Nilai Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2	: Kisi – Kisi Instrumen Penelitian	30
Tabel 3. 3	: Uji Validitas Instrumen Penelitian.....	32
Tabel 3. 4	: Reliabilitas Instrumen Penelitian	34
Tabel 3. 5	: Gantt Chart Penelitian.....	35
Tabel 4. 1	: Jenis Kelamin Responden.....	43
Tabel 4. 2	: Tingkat Usia Responden	43
Tabel 4. 3	: Tingkat Pekerjaan Responden	44
Tabel 4. 4	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian .	44
Tabel 4. 5	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Citra Merek	46
Tabel 4. 6	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga.....	47
Tabel 4. 7	: Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk.....	48
Tabel 4. 8	: Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	50
Tabel 4. 9	: Uji Multikolinieritas	51
Tabel 4. 10	: Hasil Uji Glejser	52
Tabel 4. 11	: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	52
Tabel 4. 12	: Hasil Uji Determinasi	53
Tabel 4. 13	: Hasil Uji t.....	54
Tabel 4. 14	: Hasil Uji F.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar halaman

2.1	: Kerangka Konseptual.....	30
3.1	: Prosedur Penelitian	49
4.1	: Uji Normalitas.....	63
4.2	: Uji Heteroskedastisitas.....	65

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Indonesia dikenal sebagai negara agraris dengan beras sebagai hasil pertanian utama. Sebagai makanan pokok mayoritas penduduk, beras memiliki peran vital dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Indonesia. Namun, produksi beras dalam negeri belum sepenuhnya mencukupi kebutuhan nasional. Konsumsi beras yang tinggi. Selain itu, rata-rata konsumsi beras per kapita per minggu pada tahun 2023 tercatat sebesar 1,740 kg. Badan Pusat Statistik Indonesia Angka ini menunjukkan bahwa beras tetap menjadi komoditas utama dalam pola konsumsi masyarakat Indonesia. Namun, fluktuasi harga dan kualitas produk dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam memilih produk beras yang akan dibeli (Purnomo et al., 2021). Harga beras di tingkat penggilingan juga menunjukkan tren kenaikan. Pada Oktober 2023, rata-rata harga beras kualitas premium di penggilingan sebesar Rp13.372,00 per kg, naik sebesar 3,65 persen dibandingkan bulan sebelumnya.

Namun, dalam beberapa tahun terakhir, dinamika produksi dan konsumsi beras mengalami perubahan yang signifikan. Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS), produksi beras untuk konsumsi pangan penduduk pada tahun 2023 mencapai 31,10 juta ton, mengalami penurunan sebanyak 645,09 ribu ton atau 2,05 persen dibandingkan tahun sebelumnya yang sebesar 31,75 juta ton. Penurunan ini dapat mempengaruhi ketersediaan beras di pasaran dan berdampak pada harga serta keputusan pembelian konsumen (Purnomo, Rino & Muslih, 2020). Menurut Badan statistik indonesia. Kenaikan harga ini dapat mempengaruhi daya beli konsumen dan keputusan mereka dalam memilih produk beras. Dalam konteks pemasaran, citra merek, harga, dan kualitas produk merupakan faktor-faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen (Mustofa et al., 2021).

Citra merek yang kuat dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas konsumen, sementara harga yang kompetitif dan kualitas produk yang baik menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian, terutama untuk produk kebutuhan pokok seperti beras.

Permasalahan utama yang dihadapi dalam bidang ini adalah bagaimana produsen dan penjual beras dapat membangun citra merek yang positif, menetapkan harga yang sesuai, dan memastikan kualitas produk yang tinggi untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Tantangan ini semakin kompleks dengan adanya persaingan yang ketat di pasar beras, baik dari produsen lokal maupun impor. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk persepsi terhadap merek, harga yang ditawarkan, dan kualitas produk yang dirasakan. Interaksi antara faktor-faktor ini dapat menentukan apakah konsumen akan memilih suatu produk beras tertentu atau beralih ke merek lain.

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil studi pada “Toko Veteran”. Toko Veteran merupakan jenis toko grosir dan eceran Beras yang menjual berbagai jenis beras Dengan keanekaragaman produk Beras membuat Toko Veteran memiliki keunggulan bersaing tersendiri terhadap toko lain sejenis. Sampai dengan sekarang. Salah satu yang diterapkan oleh Toko Veteran yakni menjaga kualitas suatu produk merupakan salah satu strategi perusahaan dalam menarik perhatian para konsumen. Konsumen akan menggunakan penilaian mereka dalam menentukan dan membuat keputusan mereka, terutama saat membeli produk yang berkualitas.

Tabel 1. 1 Data Penjualan Beras

BULAN	JENIS BERAS			JUMLAH
	BERAS CURAH	ROJO LELE	KIBI	
MARET	200	150	130	480
APRIL	176	135	125	436
MEI	170	136	123	429
JUNI	166	130	122	418
JULI	150	128	120	398
AGUSTUS	148	129	116	393
JUMLAH	1025	808	736	2569

Sumber : Data primer di olah peneliti (2025)

Menurut tabel 1.1 diatas beras curah sendiri adalah jenis beras semi berderai yang dikonsumsi oleh masyarakat, akan tetapi menurunnya penjualan setiap bulannya membuat produk tersebut kurang diminati oleh para konsumen. Beras curah merupakan jenis beras dengan kualitas medium yang dipasarkan ke konsumen yang harganya cukup rendah.

Salah satu keunggulan dalam persaingan ini terutama adalah kualitas produk yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Bila tidak sesuai dengan spesifikasi maka produk akan ditolak. Sekalipun produk tersebut masih dalam batas toleransi yang telah ditentukan maka produk tersebut sebaiknya perlu menjadi catatan untuk menghindari terjadinya kesalahan yang lebih besar diwaktu yang akan datang (Hariyono et al., 2023). Demikian juga konsumen dalam dalam membeli suatu produk konsumen selalu berharap agar barang yang dibelinya dapat memuaskan segala keinginan dan kebutuhannya. Untuk itu perusahaan harus dapat memahami keinginan konsumen sehingga perusahaan dapat menciptakan produk yang sesuai dengan harapan konsumen.

Hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi produsen dan penjual beras dalam merumuskan strategi pemasaran yang lebih efektif. Dengan memahami faktor-faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, mereka dapat menyesuaikan strategi penetapan harga, peningkatan kualitas produk, dan upaya pembangunan citra merek untuk meningkatkan daya saing

dan keputusan pembelian pelanggan. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan bagi pembuat kebijakan dalam mendukung industri beras melalui kebijakan yang mendukung pengembangan citra merek, penetapan harga yang adil, dan peningkatan kualitas produk (Keputusan, et al., 2024). Dengan demikian, industri beras dapat lebih kompetitif dan berkontribusi pada perekonomian nasional. Penelitian ini juga dapat menjadi dasar bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengkaji faktor-faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian beras, seperti promosi, distribusi, dan layanan purna jual. Dengan demikian, penelitian ini dapat membuka peluang untuk pengembangan penelitian lebih lanjut di bidang ini.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah yang telah ditetapkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah citra merek berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran?
2. Apakah harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran?
3. Apakah kualitas produk beras berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di Toko Veteran?
4. Apakah citra merek, harga, dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dipaparkan tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran.
2. Untuk menilai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran.

4. Untuk mengidentifikasi pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk secara simultan terhadap keputusan pembelian beras di Toko Veteran.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis:

Memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya perilaku konsumen dalam pembelian produk kebutuhan pokok.

2. Manfaat Praktis:

Memberikan informasi bagi pemilik Toko Veteran untuk merumuskan strategi pemasaran yang efektif berdasarkan faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. Y. (2020). Pengaruh Keaslian Dan Merek Terhadap Harga Dan Kepuasan Konsumen Beras Pandanwangi Cianjur. *AGRITA (AGri)*, 2(2), 60. <https://doi.org/10.35194/agri.v2i2.1170>
- Aziz, G. Al, & Istikomah, K. (2024). (*STUDI KASUS PADA KONSUMEN TEPUNG BERAS ROSE BRAND DI DKI*. 2(1), 1122–1133.
- Dr.Redip Panuju,M, S. (2019). Komunikasi Pemasaran. In https://www.google.co.id/books/edition/Pengantar_Studi_Ilmu_Komunikasi_Komunika/fDa2DwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&pg=PP1&printsec=frontcover . Prenada Media. https://www.google.co.id/books/edition/Komunikasi_Pemasaran/psLvDwAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- Dr.Thomas S.Kaihatu, M. M. (n.d.). *MANAJEMEN PENGEMASAN* (PutriChistina (ed.)). PENERBIT ANDI. https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pengemasan/hA6CCwAAQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=bahwa+konsumen+secara+konsisten+mengevaluasi+kualitas+beras+berdasarkan+pengalaman+penggunaan+sebelumnya+dan+atribut+visual+pada+kemasan.&printsec=frontcover
- Fadhila, F., Munte, S., & Polewangi, Y. D. (2022). Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang Medan. *Jurnal Ilmiah Teknik Mesin & Industri (JITMI)*, 1(1). <https://doi.org/10.31289/jitmi.v1i1.1222>
- Gatot Wijayanto. (2024). *EKONOMI DIGITAL* (M. Juashermin, S.E. (ed.)). TAKAZA INNOVATIX. https://www.google.co.id/books/edition/Ekonomi_Digital/j6Q4EQAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*.
- Guo, F. (2022). *What Influences Consumers ' Intention to Purchase Innovative Products : Evidence From China*. 13(March). <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.838244>
- Hajijah, W. (2023). *Pengaruh harga dan brand image terhadap keputusan pembelian beras merah organik merek seblang*. September, 1–198.
- Hariyono, D. F., Dyah, I., & Paramitha, D. A. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing Pada Usaha Mikro Ud. Al Mubarakah Pare. *Senma*, 1(1), 1–12.
- Hery, Purnomo. Rino, S., & Muslih, B. (2020). Signifikasnsi Harga, Fasilitas dan Layanan pada Tingkat Kepuasan Konsumen Hotel di Diagram Scatter. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*.
- indah sari. (2024). *Keputusan, Terhadap Beras, Pembelian Dan, Medium*. 6(1), 52–62.
- Juli, N., Nurindra, A., Rizky, M., Hs, F., & Praja, C. (2024). *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Beras di Pasar Jambu Dua Kota Bogor*. 1(4), 189–199.
- Jumali, & Liyanan. (2022). Karakteristik Mutu Beberapa Jenis Beras di Tingkat Pasar (Studi Kasus di Kota Yogyakarta). *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Agribisnis VI*, 2, 464–469.
- Kotler & Keller. (2019). No A FRAMEWORK FOR MARKETING. In .MM. Dr. Sudarsono, SE & M. Hamzah, Pratiwi,S.M. (Eds.), *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). CV. Mega Press Nusantara. [google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Society_5_0/AaROEQA-AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kotler+keller&pg=PA278&printsec=frontcover](https://www.google.co.id/books/edition/Manajemen_Pemasaran_Society_5_0/AaROEQA-AQBAJ?hl=id&gbpv=1&dq=kotler+keller&pg=PA278&printsec=frontcover)
- Kotler & Keller. (2021). *Principles of Marketing* (p. 5-41).

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management 4th European Edition*. Pearson Education.
https://www.google.co.id/books/edition/_/iRXGvAEACAAJ?hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwiw-cXprpSOAxVjxDgGHQBVE0EQ8fIDegQIEBAI
- Kurniawan, A. R. (2015). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI PERSEPSI NILAI*. 12.
- Musti Ariska, F., Sunarko, H., & Supriyadi. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Beras Bulog di Kota Metro. *Journal of Agriculture and Animal Science*, 3(2), 61–69.
<https://doi.org/10.47637/agrimals.v3i2.916>
- Mustofa, A. Y., Wisnu, S., & Muslih, B. (2021). Analisis Volume Penjualan Beras Lokal Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk Dan Pelayanan Di Toserba Bahagia Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1).
- Nurisnaini Putri, Hadita, N. S. K. (2024). Pengaruh Brand Image , Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pangan Bulog (Studi Kasus Konsumen Bulog Di Kelurahan Sukaringin Bekasi Utara). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 3(2).
- Philip Kotler, & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*.
https://books.google.co.id/books/about/Marketing_Management.html?id=Wp_hhtAEACAAJ&redir_esc=y
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). SIGNIFIKANSI HARGA, FASILITAS DAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN JASA HOTEL. *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen*, 11(1).
<https://doi.org/10.37932/j.e.v11i1.167>
- Putri, D. F., Khaswarina, S., & Septya, F. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Anak Daro di Kecamatan Dumai Timur. *Jurnal MeA (Media Agribisnis)*, 7(2), 158.

<https://doi.org/10.33087/mea.v7i2.142>

rannga jati. (2023). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi Tahun 2023 (SENASEKON 2023)*. 2023(Senasekon), 339–350.

Roibafi, N. L., Soeprajitno, E. D., & Wihara, D. S. (2022). Analisis kualitas produk, promosi dan penampilan karyawan terhadap keputusan pembelian di toko kue riezza tart and brownies. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 1(1), 133–139.

Sari, A. P., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BERAS JINENG BALI PRODUKSI UD TUNAS JAYA KERTI DI BADUNG*. 5, 84–96.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*.

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.

Tarisna Aditya Wijaya Meita Santi. (2012). *PEMBELIAN PADA PENGGUNA MARKETPLACE SHOPEE DI DAERAH SURABAYA* Tarisna Aditya Wijaya Meita Santi Budiani Abstrak.

Titing, A. S., -, S.-, & Sriwahyuni, E. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Vivo (Studi Kasus pada Ziola Aneka Jaya Kolaka). *ASSET: Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 5(1).
<https://doi.org/10.24269/asset.v5i1.4817>

Yani, A., Arfah, A., & Semmaila, B. (2022). YUME : Journal of Management Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Hotel. *YUME : Journal of Management*, 5(2), 531–544.
<https://doi.org/10.37531/yume.vxix.6546>