

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN DESAIN PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERAJINAN BATOK KELAPA
“TASMI COLLECTION”**

SKRIPSI

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



OLEH:

BELLA MARGARETA
NPM: 2012010114

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2024**

BAB I

PENDAHULUAN

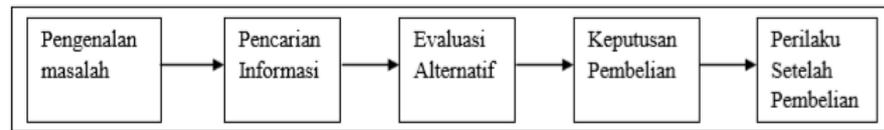
A. Latar Belakang

Peningkatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memberikan kontribusi besar dan efektif terhadap perkembangan ekonomi Indonesia. Dalam menghadapi tantangan pemasaran, UMKM perlu fokus pada kemajuan komunikasi dan kualitas produk untuk menarik perhatian konsumen. Modernisasi teknologi penjualan memberikan kebebasan kepada konsumen untuk memilih produk, mendorong pemilik usaha UMKM untuk bersaing dalam menciptakan daya tarik bagi konsumen dengan sangat cepat. UMKM yang ada di Indonesia, sebagian besar ialah kegiatan usaha rumah tangga yang bisa menyerap banyak tenaga kerja. Berdasarkan data dari Kementerian Koperasi dan UKM, di Indonesia pada tahun 2019, ada 65,4 juta UMKM. Dengan banyaknya unit usaha yang sampai 65,4 juta bisa menyerap tenaga kerja 123,3 ribu tenaga kerja. Ini membuktikan bahwasannya dampak dan kontribusi dari UMKM yang sangat besar terhadap pengurangan tingkat pengangguran di Indonesia. Dengan semakin banyaknya keterlibatan tenaga kerja pada UMKM itu akan membantu mengurangi banyaknya pengangguran di negara ini. Saat ini, UMKM sedang dalam tren yang positif dengan jumlahnya yang terus bertambah setiap tahunnya. Tren positif ini akan berdampak baik bagi perekonomian Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Koperasi dan UKM, kontribusi UMKM terhadap PDB Nasional

sebesar 60,5%. Ini menunjukkan bahwasannya UMKM yang ada di Indonesia sangat potensial untuk dikembangkan hingga bisa berkontribusi lebih besar lagi bagi perekonomian (Cantika, 2023).

Saat ini, persaingan bisnis semakin ketat, dan perusahaan harus bisa menyampaikan citra positif produk kepada pelanggan dengan memperhatikan karakteristik, kualitas, manfaat, desain, jenis, dan harga produk. Ini menjadi kunci untuk bertahan dalam lingkungan bisnis yang kompetitif. Industri kerajinan batok kelapa di Indonesia, khususnya perusahaan "*Tasmi Collection*", punya potensi ekonomi yang besar. *Tasmi Collection* menonjol dalam kualitas, harga, dan desain produk kerajinan batok kelapanya. Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan desain produk terhadap keputusan pembelian pelanggan DI UMKM *Tasmi Collection*. Meskipun menghadapi persaingan ketat dalam industri kerajinan batok kelapa yang berkembang pesat.

Penelitian ini punya relevansi yang tinggi dalam industri kerajinan batok kelapa dikarenakan saat ini, pelanggan semakin sadar akan kualitas produk, harga yang kompetitif, dan desain yang menarik. Dalam pasar yang kompetitif, pemahaman yang mendalam tentang tahapan – tahapan yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen.



Sumber: Philip Kotler (2013:268)

Gambar 1.1

Tahapan-tahapan Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah respons pelanggan terhadap perbedaan antara pentingnya sebelum dipakai dan efektivitas yang dirasakan setelah dipakai. Bisnis bertujuan menciptakan pelanggan yang puas, dengan keputusan pembelian memberikan manfaat berupa hubungan harmonis, peluang pembelian ulang, serta rekomendasi untuk meningkatkan keuntungan usaha. Keputusan pembelian ialah pemikiran di mana orang mengevaluasi pilihan yang berbeda dan memilih di antara banyak pilihan produk. Keputusan pembelian konsumen meliputi pemilihan merek favorit dan bisa dipengaruhi oleh beberapa hal seperti kualitas produk, harga dan desain. Keputusan pembelian menjadi faktor kunci dalam retensi pelanggan, memengaruhi perilaku konsumen sebelum dan setelah pembelian, serta memberikan dampak positif pada hubungan antara pengusaha dan pelanggan.

Persaingan kualitas produk yang saat ini begitu ketat yang membuat para penjual berpacu menyediakan produk yang bisa diterima dan diminati oleh para masyarakat sehingga membuat keputusan pembelian pada konsumen dan berpotensi melaksanakan pembelian kembali dimasa yang akan datang (Khasanah et al., 2022). Kualitas produk mencakup produk yang

memenuhi atau melampaui standar, spesifikasi, dan harapan yang ditetapkan, tidak hanya dalam karakteristik teknis, tetapi juga aspek-aspek lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Fokus pada performa, keandalan, daya tahan, fitur sesuai kebutuhan, dan tingkat layanan. Kualitas produk punya peran penting dalam memenuhi harapan pelanggan. Dari sudut pandang pemasaran, kita melihat bahwasannya kualitas diukur dengan persepsi pembeli yang berbeda terhadap mutu dan kualitas produk. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan fungsi atau nilai produk, tetapi juga mencari nilai tambah dan keunggulan dibandingkan produk sejenis. Produsen perlu memahami ini sebagai dasar untuk mempertahankan posisi produk di pasar yang seringkali statis. Tujuan kualitas produk ialah memenuhi permintaan pasar dan menciptakan keunggulan kompetitif. Sukses dalam kualitas produk memerlukan *business intelligence* untuk memahami selera pelanggan dan memastikan kualitas sesuai dengan harapan. Oleh karenanya itu, perencanaan dan implementasi kualitas produk harus matang.

Faktor selanjutnya yang dikatakan bisa mempengaruhi keputusan pembelian yaitu harga. Harga yang ditawarkan kepada konsumen konsisten dengan pandangan konsumen terhadap nilai dan manfaat produk dikarenakan harga mempengaruhi kemampuan suatu perusahaan dalam bersaing dengan perusahaan lain. Harga mempunyai Peran penting dalam pengambilan keputusan yaitu harga membantu konsumen memutuskan bagaimana mendapatkan manfaat atau kualitas berdasarkan daya beli. Struktur penetapan harga mencerminkan perbedaan geografis dalam permintaan dan biaya,

persyaratan segmen pasar, dan waktu pembelian. Biasanya, di perusahaan kecil, harga sering kali ditentukan oleh manajemen puncak, sedangkan di perusahaan besar, manajer divisi atau manajer produk biasanya bertanggung jawab atas penetapan harga. Harga ialah hal yang diperhatikan konsumen pada saat melaksanakan pembelian. Beberapa konsumen bahkan mengidentifikasi harga dengan nilai. Apabila suatu produk memerlukan biaya dari konsumen yang lebih besar daripada manfaat yang diberikannya, maka produk tersebut mempunyai nilai negatif. Konsumen mungkin menganggap hal ini sebagai nilai yang buruk dan kemudian mengurangi konsumsi mereka terhadap produk tersebut.

Faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian yakni desain produk. Desain produk sangatlah penting untuk mempengaruhi konsumen agar konsumen tertarik membeli produk yang di promosikan (Utami, 2022). Aspek desain dalam kegiatan pemasaran ialah salah satu faktor yang membuat produk menjadi menarik, desain akan menjadi cara yang paling efektif untuk memosisikan produk ke pasar. Desain bisa membentuk atau memberikan atribut pada produk sehingga bisa menjadi ciri khas merek produk (Wardaya et al., 2015). Desain produk ialah tahap pengembangan sistem yang berkaitan erat dengan banyak bidang keilmuan lainnya. Fase desain melibatkan penataan gaya, menciptakan tampilan dan nuansa produk saat berinteraksi dengan pengguna. Proses pengembangan ialah hasil komunikasi dan koordinasi untuk membuat, menguji, memodifikasi dan menyempurnakan desain hingga benar-benar siap untuk dirilis. Dalam

pemasaran, aspek desain ialah suatu cara untuk menarik pelanggan terhadap suatu produk.

Beberapa penelitian lain juga menunjukkan bahwasannya faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain pengaruh kualitas produk, harga, dan desain produk terhadap keputusan pembelian. Seperti pendapat Irda dkk, dalam penelitiannya menyimpulkan bahwasannya Kualitas produk berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi Pada konsumen Manzelnid). Selanjutnya, dalam penelitian yang dilaksanakan (Ariella, 2018) bahwasannya variabel Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Kaligrafi pada UD. Satria Muda Pratama di Kota Makassar. Penelitian yang terakhir menyimpulkan bahwasannya desain produk tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Studi pada Konsumen Gerabah Kasongan Bantul Yogyakarta).

Tasmi *Collection*, usaha di Kabupaten Kediri milik ibu Sri Asmorowati, sudah berdiri sejak 2004, fokus pada produksi tas, slingbag, dan dompet dari tempurung kelapa. Usaha ini berkomitmen mengurangi limbah tempurung kelapa dan meningkatkan nilai ekonomisnya. Awalnya dijalankan sendiri oleh ibu Wati, namun seiring dengan pesanan yang meningkat, perempuan di desanya diajak untuk belajar membuat kerajinan. Keunikannya, yakni kerajinan batok kelapa, menarik konsumen baik lokal maupun internasional, menjadikannya usaha menjanjikan dengan modal kecil serta dampak positif terhadap masalah pemanasan global. Meskipun produk dan

harganya dianggap bagus, masih ada pelanggan yang tidak sepenuhnya puas, sementara variasi desain produk yang beragam memunculkan pertanyaan apakah ini memengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti ingi mengungkapkan kualitas produk, harga produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan peneliti tertarik untuk melaksanakan penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KERAJINAN BATOK KELAPA TASMI *COLLECTION*”**

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dikemukakan, maka bisa diidentifikasi masalah yang berkenaan dengan penelitian ini, berikut ini:

1. Kualitas produk baik namun masih ada konsumen yang kurang puas terhadap produk yang dihasilkan.
2. Harga produk sudah bagus namun masih ada konsumen yang belum puas dengan produk yang dibanderol.
3. Desain produk yang dihasilkan cukup beragam, tetapi apakah dengan banyaknya variasi desain produk konsumen akan melakukan keputusan membeli di tempat tersebut.

C. Pembatasan Masalah

Peneliti membatasi ruang lingkup penelitian berdasarkan cakupan dan konteks penelitian. Pembatasan penelitian diuraikan berikut ini:

1. Kegiatan penelitian ini hanya sebatas mencari hubungan antara pengaruh keputusan pembelian ialah variabel terikat dengan banyak variabel bebas diantaranya kualitas produk, harga, dan desain produk.
2. Penelitian ini hanya dilaksanakan di lingkungan Tasmi *Collection*. Batas sampel yang dipakai sesuai dengan konsumen yang sudah melaksanakan pembelian produk Tasmi *Collection* minimal satu kali.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dilaksanakan yang dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah:

1. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Tasmi *Collection*?
3. Apakah Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*?
4. Apakah Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*?

E. Tujuan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan masalah pada penelitian ini ialah:

1. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*

2. Untuk mengetahui Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*
3. Untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*
4. Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Desain Produk terhadap keputusan pembelian produk Kerajinan Batok Kelapa Tasmi *Collection*

F. Kegunaan Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

a. Bagi Peneliti

Dalam penelitian yang dijalankan, peneliti bisa mendapat wawasan dan menambah informasi mengenai pentingnya suatu kualitas, harga dan desain pada suatu produk yang dihasilkan seperti halnya pada produk batok kelapa Tasmi *Collection* yang mampu mendukung perekonomian menjadi lebih baik.

b. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menambah wawasan dan memberi informasi agar bisa dipakai sebagai bahan perbandingan ketika melaksanakan penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Manfaat dari penelitian ini yaitu:

a. Bagi Tasmi *Collection*

Kami berharap penelitian ini bisa menjadi bahan pertimbangan Tasmi *Collection* untuk memberikan konsumen produk dan desain dengan kualitas terbaik sehingga bisa mengembangkan bisnisnya.

b. Bagi Peneliti

Mampu menerapkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dalam situasi praktis sebagai sarana untuk menerapkan teori dan konsep terkait kualitas produk, harga dan desain produk, serta mengambil keputusan pembelian.

c. Bagi Pembaca

Penelitian ini dilaksanakan untuk menyempurnakan penelitian-penelitian selanjutnya yang bisa dijadikan referensi atau bahan acuan penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

- A, P., & M.R.A, Sulka. (2021). *Pengaruh Kedisiplinan Dan Kompetensi Terhadap Kecelakaan Kerja*. 2, 165–185.
- Ajjah, J. H., & Selvi, E. (2021). Pengaruh Kompetensi Dan Integritas Terhadap Kinerja Perangkat Desa. *Jess (Journal Of Education On Social Science)*, 13. <https://doi.org/10.24036/Jess.V5i1.314>
- Andrian, R., Cahya, A. D., & Fadhilah, M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, Green Product Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kerajinan Gerabah Kasongan: *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 5(2), 559–574. <https://doi.org/10.47467/Alkharaj.V5i2.1217>
- Ani, J., Lumanauw, B., & Tampenawas, J. L. A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada E-Commerce Tokopedia Di Kota Manado The Influence Of Brand Image, Promotion And Service Quality On Consumer Purchase Decisions On Tokopedia E-Commerce In Manado. *663 Jurnal Emba*, 9(2), 663–674.
- Ariella, I. R. (2018). “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid.” *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 3(2), 215–221.
- Arisandi, B. (2022). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pendapatan Asli Daerah (Pad) Kabupaten Sumbawa. *Journal Of Finance And Business Digital*, 1(3), 171–182. <https://doi.org/10.55927/Jfbd.V1i3.1183>
- Brama Kumbara, V. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(5), 604–630. <https://doi.org/10.31933/Jimt.V2i5.568>
- Cahyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Baja Ringan Di Pt Arthanindo Cemerlang. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 60–73.
- Cantika, Y. (2023). *Kontribusi Umkm Dalam Perekonomian Indonesia*.
- Daga, R. (2017). Citra, Kualitas Produk, Dan Kepuasan Pelanggan. In *Analytical Biochemistry* (Vol. 11, Issue 1). http://link.springer.com/10.1007/978-3-319-59379-1_0ahttp://dx.doi.org/10.1016/B978-0-12-420070-8.00002-7_0ahttp://dx.doi.org/10.1016/J.Ab.2015.03.024_0ahttps://doi.org/10.1080/07352689.2018.1441103_0ahttp://www.chile.bmw-motorrad.cl/sync/showroom/lam/es/
- Dewi, O. I., & Sutanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *Agora*, 6(2), 2–7.
- Ernawati, R. Dkk. (2021). Analisis Pengaruh Promosi, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Situs E-Commerce Zalora Di Jakarta. *Business Management Analysis Journal (Bmaj)*, 4(2), 80–98. <https://doi.org/10.24176/Bmaj.V4i2.6663>
- Ghazali I. (2011). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 25 (Sembilan). In *Semarang, Universitas Diponegoro* (9th Ed.). Universitas

- Diponegoro. <https://api.semanticscholar.org/Corpusid:64890624>
- Hananto, D. (2021). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Jersey Sepeda Di Tangsel. *Seminar Nasional Penelitian 2021*, 1–10. <http://jurnal.umj.ac.id/index.php/semnaslit>
- Hanim, N. F., Mustari, & Dkk. (2022). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ud. Satria Muda Pratama Dikota Makassar. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(3), 978–997.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk Dalam Kepuasan*.
- Hestiana, D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Akuntansi Dan Keuangan*, 20(3), 338–349.
- Husen, A. (2023). Strategi Pemasaran Melalui Digital Marketing Campaign Di Toko Mebel Sakinah Karawang. *Jurnal Economina*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Irda, Rosha, Z., & Titipani, Wulandari. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kerajinan Perak Di Nagari Koto Gadang, Kabupaten Agam. *Menara Ekonomi*, 5(2), 44–52.
- Jasmalinda. (2021). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Motor Yamaha Di Kabupaten Padang Pariaman. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(10), 2199–2205.
- Kadir, A., Jayen, F., Amrulloh, R., & Ningsih, T. W. (2023). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Rajawali Nusindo Di Banjarmasin. *Jurnal Aplikasi Pelayaran Dan Kepelabuhanan*, 13(2), 113–126. <https://doi.org/10.30649/japk.v13i2.95>
- Khasanah, A., Hakimah, E. N., & Kurniawan, R. (2022). Analisis Kualitas Produk, Harga, Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Ms Glow. ... *Dan Bisnis (Simanis ...* <https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/1853%0ahttps://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/download/1853/1427>
- Kusumo, I. J. Dkk. (2024). Pengaruh Independensi, Kompetensi Dan Tekanan Waktu Terhadap Kualitas Audit. *Profit: Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 34–44. <https://doi.org/10.58192/profit.v3i2.1978>
- Lukman Hakim, A., Nur Faizah, E., Wahyuningsih, Y., & Megasyara, I. (2020). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Pada Loyalitas Pelayanan: Tinjauan Penelitian. *Management, And Business Research*, 3(2), 2022. www.jember.umsida.ac.id
- Maryati, & Khoiri, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Time Universe Studio. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 11(1), 542–550.
- Mediti, O. C. S. P. (2020). *View Of Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Shopee*. https://journal.unesa.ac.id/index.php/jim/article/view/8841/pdf_1

- Melinda, P., & Kamil, K. (2020). (*Studi Kasus Ceriamart Semper Timur*).
- Mulyono. (2019). *Analisis Uji Asumsi Klasik*. 2016, 1–5.
- Mustofa, A. Y., Bhirawa, S. W., & 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), 1346–1352. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=Dfabvwcaaaaj&citation_for_view=Dfabvwcaaaaj:Wf5omc3nynoc
- Nadia, N. (2022). Pengaruh Desain Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rc Feat Rb Bordir. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(10), 3393–3397.
- Nailissyifa, Maulina Dkk. (2019). *Pengaruh Pengetahuan Pajak, Persepsi Atas Efektifitas Sistem Perpajakan Dan Sanksi Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Pph Pasal 21 Dalam Melapor Spt (Studi Pada Dosen Asn Di Politeknik Negeri Semarang)*. Vol. 05(1), 473–484.
- Nisaa, Afifah Fathiin Lu'lu'in. (N.D.). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Membeli Produk Di Waroeng Spesial Sambal "Ss" Condongcatur Timur*. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/boga/article/view/13404>
- Nuriadi, E. A. D., & Hakimah, E. N. (2023). *Pentingnya Faktor Kesegaran Kualitas Makanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan*.
- Pratiwi, G., & Lubis, Tukimin. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Ud Adli Di Desa Sukajadi Kecamatan Perbaungan. *Bisnis Mahasiswa*, 215–224.
- Putri, S. I. N., Selvy, Gurning, Hamdi Roles, & Angga, E. (2019). Pengaruh Rekrutmen Dan Komitmen Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Pada Pt. Budi Raya Perkasa. *Jurnal Manajemen*, 5(1), 71–80.
- Romadon, Ahmad Sahri, Pramusinto, Meirisa Andini, & Kamelia, Salwa Nur. (2023). Analisis Akuntabilitas Dan Transparansi Pengelolaan Keuangan Pada Kantor Camat Lais Kabupaten Musi Banyuasin. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*, 21(3), 672–682. <https://doi.org/10.51877/jiar.v6i2.288>
- Safiih, A. R. (2022). *Karyawan Pada Pt Ampuh Jaya Wicaksana Jakarta Selatan*. 10, 258–266.
- Sanusi, A. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Salemba Empat.
- Septiandaru, F. (N.D.). *Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pt Hikmah Sejahtera Divisi Hikmah Food Surabaya*. 26, 1–17.
- Shafa, P. M., & Hariyanto, J. (2020). Pengaruh Harga, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Berbelanja Online Melalui Aplikasi Shopee (Studi Kasus Pada Pengguna Aplikasi Shopee Di Bekasi). *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1–18.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Suryani, I., Bakiyah, H., & Isnaeni, M. (2018). Strategi Public Relations Pt Honda Megatama Kapuk Dalam Customer Relations. *Ejournal.Bsi.Ac.Id*, 9(9), 1–9. <https://media.neliti.com/media/publications/487468-strategi-public-relations-pt-honda-megat-fdc0db26.pdf>

- Susanti, Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Jurnal Bisnis Mahasiswa. *Bisnis Mahasiswa*, 215–224. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 77–92.
- Suwandi, A. (2019). *Modul Analisis Perancangan Perusahaan (Tkt 304)*.
- Suwandi, & Berliana, R. (2022). Kualitas Keputusan (Y) Harga. *Jurnal Hukum*, 1(5), 19–28.
- Suwarsa, T. (2021). Pengaruh Pajak Restoran Dan Pajak Hotel Terhadap Pendapatan Asli Daerah Kota Padangsidempuan Periode 2018-2020. *Jurnal Akuntansi*, 51(1), 1–15.
- Syarifah Nazia, Safrizal, & Muhammad Fuad. (2023). Peranan Statistical Quality Control (Sqc) Dalam Pengendalian Kualitas: Studi Literatur. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 4(3), 125–138. <https://doi.org/10.33059/jmas.v4i3.8079>
- Utami, E. (2022). Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ukm: Kerangka Konseptual. *Youth & Islamic Economic Journal*, 3(1).
- Wardaya, Y., Hakimah, E. N., & Ichsanudin. (2015). Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Chargecity Clothing Kota Kediri. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*. http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2016/11.1.02.02.0315.pdf
- Yuliara, I. M. (2016). *Regresi Linier Sederhana*.
- Zusrony, Edwin. (N.D.). *Perilaku Konsumen Di Era Modern*.