

ETNIK : Jurnal Ekonomi – Teknik

ISSN: 2808-6694 (Online); 2808-7291 (Print)

Jurnal Homepage <https://etnik.rifainstitute.com>

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda

Reza Widodo, Ana Noor Andriana

Universitas Mulawarman

Informasi Artikel

Histori Artikel:

Diterima **11 January 2022**

Direvisi **15 January 2022**

Diterbitkan **20 January 2022**

Email Author:

rezawdd29@gmail.com

noorandriana@fisip.unmul.ac.id

ABSTRACT

Coffee has long been universally traded and has occupied a position of value for the world's population. In the business world, the problem that often occurs is that competition is getting stronger and tighter, so that every business person is required to be able to optimize their business performance in order to increase the competitiveness of their products in the market. There are several advantages in the competition of a business is in terms of price and quality. So that consumers are faced with choices from competing products with varying prices. The purpose of this study was to examine the effect of price and product quality on purchasing decisions. SPSS Statistics version 20 is software that is used to help analyze data, namely multiple linear regression. The type of research used in this research is associative quantitative research which has the aim of knowing the effect of two or more variables. Sampling in this study used probability sampling technique with the type of simple random sampling and obtained a total sample of 91 respondents. Data collection techniques using questionnaires and literature. The hypothesis of this research is the influence of price and product quality on purchasing decisions at Seedy Coffee, Samarinda City. The results of the analysis of the F test of 17,170 thus the price and product quality have a significant simultaneous effect on purchasing decisions, while the price has a partial effect on purchasing decisions with the value of the t test results (X1) 3,596, and product quality has no partial effect on purchasing decisions with a value of t test results (X2) 0.362.

Keyword– Price, Product Quality, Purchase Decision

ABSTRAK

Kopi telah lama diperdagangkan secara universal dan telah menempati kedudukan yang bernilai bagi penduduk dunia. Dalam dunia bisnis permasalahan yang sering terjadi ialah persaingan yang semakin kuat dan ketat, sehingga setiap pelaku bisnis dituntut untuk mampu mengoptimalkan kinerja bisnisnya guna meningkatkan daya saing produknya dipasar. Ada beberapa keunggulan dalam

persaingan suatu usaha adalah dari segi harga dan kualitas. Sehingga konsumen dihadapkan oleh pilihan dari produk pesaing dengan harga yang bervariasi. Tujuan dari penelitian ini untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Statistik SPSS versi 20 merupakan software yang digunakan untuk bantuan menganalisis data yaitu regresi linear berganda. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah jenis penelitian kuantitatif asosiatif yang memiliki tujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variabel. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik probability sampling dengan jenis simple random sampling dan mendapatkan jumlah sampel sebanyak 91 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan kepustakaan. Hipotesis penelitian ini ialah adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. Hasil analisis uji F sebesar 17,170 dengan demikian harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian, sedangkan harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai hasil uji t (X1) 3,596, serta kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian dengan nilai hasil uji t (X2) 0,362.

Kata Kunci – Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara kepulauan yang memiliki berbagai macam jenis sumber daya alam. Salah satunya adalah tanaman kopi yang terdapat di beberapa wilayah di Indonesia. Kopi telah lama diperdagangkan secara universal dan telah menempati kedudukan yang bernilai bagi penduduk dunia. Dalam dunia bisnis permasalahan yang sering terjadi ialah persaingan yang semakin kuat dan ketat, sehingga setiap pelaku bisnis dituntut untuk mampu mengoptimalkan kinerja bisnisnya guna meningkatkan daya saing produknya dipasar (Cindy et al., 2020). Ada beberapa keunggulan dalam persaingan suatu usaha adalah dari segi harga dan kualitas. Sehingga konsumen dihadapkan oleh pilihan dari produk pesaing dengan harga yang bervariasi. Hal ini menimbulkan persaingan harga dari berbagai produk pesaing, dan tingkatan harga dapat menentukan jumlah permintaan (Pardede & Haryadi, 2017).

Setiap usaha seharusnya mengevaluasi kinerjanya, baik dalam hal penjualan dan juga peningkatan kualitas produk. Evaluasi tersebut berguna sebagai upaya perbaikan dan pengembangan usaha agar lebih maju dari sebelumnya (Permana & Purnomo, 2016). Menurut Kotler & Armstrong harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa, kotler dan Armstrong juga menyatakan bahwa kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya. Kualitas produk ditentukan oleh atribut produk (Sahir et al., 2018).

Dalam penelitian (Igir, Friani Gloria, Johny RE Tampi, 2020) tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian mobil daihatsu grand max pick up menyatakan bahwa semua variabel kualitas produk dan harga merupakan variabel yang berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian. Dengan kondisi pasar sekarang membuat para pelaku bisnis untuk terus berinovasi dan berkembang yang beriringan dengan kemajuan jaman. *coffee shop* yang bernama Seedy Coffee yang berlokasi di Kota Samarinda sering dijadikan sarana untuk berkumpul keluarga, rekan bisnis, dan yang pasti cocok untuk tempat nongkrong.

Hal ini mampu untuk menarik minat konsumen yang terbelang tidak terlalu mahal dan murah.

Berikut data kunjungan Seedy Coffee periode Maret – Mei 2021:

Tabel 1. Data kunjungan Seedy Coffee
Maret – Mei 2021

Bulan	Jumlah Kunjungan
Maret	944
April	666
Mei	1.222

Sumber: Seedy Coffee, 2021

Seedy Coffee merupakan salah satu brand lokal *coffee shop* yang ada di Samarinda yang diresmikan oleh Bapak Amrullah pada 30 maret 2019. Seedy Coffee terletak disamping pintu 16 ekonomi, Jl. Stadion Barat Gor Segiri, Bugis, Samarinda Kota. Seedy Coffee merupakan *coffee shop* yang menjadi tempat favorit kalangan remaja dan berbagai fasilitas yang menunjang, seperti wifi, toilet, tempat parkir, dan suasana yang nyaman.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif sebagaimana yang dikemukakan oleh Sugiyono dalam (Mulyadi, 2013) yaitu metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan. Sedangkan menurut Creswell metode-metode dalam penelitian kuantitatif pada umumnya melibatkan proses pengumpulan, analisis, interpretasi data, serta penulisan hasil-hasil penelitian (Shidiq & Choiri, 2019). Populasi dalam penelitian ini diambil dari jumlah followers instagram Seedy Coffee yang diambil pada tanggal 20 Juli 2021 yaitu sebanyak 1.041 followers. Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti (Villela, 2013). Sampel pada penelitian ini ialah konsumen yang pernah melakukan pembelian di Seedy Coffee dengan jumlah 91 sampel dari total 1.041 populasi menggunakan ketentuan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan probability sampling dengan menggunakan jenis simple random sampling. Ciri utama sampling ini ialah setiap unsur dari keseluruhan populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Teknik pengumpulan data menggunakan metode angket dan metode kepustakaan. Alat ukur yang digunakan skala likert yang kemudian dianalisa menggunakan program aplikasi SPSS (Statistikal Package for the Social Sciens). Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomenal social (Situmorang, 2007). Sehingga pada penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan menggunakan metode Analisis Regresi Berganda. Uji yang digunakan sebagai berikut: 1) Uji instrumen (Uji Validitas dan Uji Reliabilitas) 2) Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Multikolineritas, Uji Heteroskedastisitas) 3) Analisis Regresi Berganda (Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)) 4) Uji Hipotesis (Uji t Persial dan Uji F Simultan).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Instrumen

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

Variabel Penelitian	Kode Item Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Harga (X1)	ItemAX1	0,736	0,202	Valid
	ItemBX1	0,806	0,202	Valid
	ItemCX1	0,570	0,202	Valid
	ItemDX1	0,763	0,202	Valid
	ItemEX1	0,779	0,202	Valid
Kualitas Produk (X2)	ItemFX2	0,813	0,202	Valid
	ItemGX2	0,825	0,202	Valid
	ItemHX2	0,800	0,202	Valid
	ItemIX2	0,829	0,202	Valid
	ItemJX2	0,747	0,202	Valid
	ItemKX2	0,720	0,202	Valid
	ItemLX2	0,721	0,202	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	ItemMY	0,727	0,202	Valid
	ItemNY	0,470	0,202	Valid
	ItemOY	0,696	0,202	Valid
	ItemPY	0,662	0,202	Valid
	ItemQY	0,666	0,202	Valid
	ItemRY	0,533	0,202	Valid

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji statistik *cronbach's Alpha*. Suatu variabel dapat dikatakan reliabel jika memberikan nilai koefisien *Alpha* lebih dari 0,60. Maka semua item pernyataan kuesioner pada penelitian ini dinyatakan reliabel karena nilai X1 adalah 0,786 lebih besar dari 0,60, untuk nilai X2 adalah 0,789 lebih besar dari 0,60 dan nilai Y adalah 0,748 lebih besar dari 0,60.

Uji Asumsi Klasik

Pada penelitian ini, uji normalitas yang digunakan dengan metode uji One Sample Kolmogorof-Smirnov dengan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%. Hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,318 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari variabel independen dan variabel dependen yang diteliti berdistribusi normal.

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		91
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0E-7
	Std. Deviation	2.46094491
Most Extreme Differences	Absolute	.100
	Positive	.051
	Negative	-.100
Kolmogorov-Smirnov Z		.957
Asymp. Sig. (2-tailed)		.318

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	13.584	2.009		6.763	.000		
Harga	.511	.142	.492	3.596	.001	.437	2.288
KualitasProduk	.037	.103	.049	.362	.719	.437	2.288

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa melalui ketentuan menunjukkan tidak terjadi hubungan diantara variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas produk (X2) dengan demikian asumsi multikolinearitas terpenuhi (bebas dari multikolinearitas) karena nilai tolerance > 0.10 dan VIF < 10 , maka model regresi bebas multikolinearitas.

Menurut Ghozali dalam (Sujarweni 2015), yaitu jika hasil uji di atas level signifikan ($r > 0,05$) maka dinyatakan tidak terjadi heteroskedastisitas, dan jika hasil uji di bawah level signifikan ($r < 0,05$) maka dinyatakan terjadi heteroskedastisitas. Maka dari itu dalam penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas, karena nilai signifikan variabel harga sebesar 0,446 lebih besar 0,05.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.111	1.349		-.082	.935
Harga	.073	.096	.122	.766	.446
KualitasProduk	.017	.069	.039	.244	.808

a. Dependent Variable: RES2

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.584	2.009		6.763	.000
Harga	.511	.142	.492	3.596	.001
Kualitas Produk	.037	.103	.049	.362	.719

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Melihat tabel diatas diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

1. nilai a sebesar 13,584 merupakan konstanta atau keadaan variabel keputusan pembelian belum dipengaruhi variabel lainnya yaitu variabel harga (X1) dan variabel kualitas produk (X2). Jika variabel independen tidak ada maka variabel keputusan pembelian tidak mengalami perubahan.
2. B1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,511, menunjukkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel harga maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,511, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.
3. B2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,037, menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan satuan variabel kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,037, dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda.

Tabel 7. Hasil uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	212.696	2	106.348	17.170	.000 ^b
	Residual	545.062	88	6.194		
	Total	757.758	90			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Harga

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan uji anova atau F test yang dapat dilihat pada tabel diatas, maka dapat diperoleh F hitung sebesar 17,170 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan F hitung lebih besar dari F tabel (17,170 lebih besar dari 3,10) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi harga (X1) dan kualitas produk (X2) secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) secara signifikan. Maka hipotesis H1 diterima dan H0 ditolak.

Tabel 8. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.584	2.009		6.763	.000
	Harga	.511	.142	.492	3.596	.001
	Kualitas Produk	.037	.103	.049	.362	.719

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil data diolah SPSS (2021)

Berdasarkan Nilai pada t tabel dengan jumlah data sebanyak 91 responden ialah 1,991. Sedangkan apabila melihat hasil perhitungan dari nilai t hitung (parsial) diatas dengan membandingkan nilai t tabel dapat dilihat dibawah sebagai berikut:

1. Variabel harga terhadap keputusan pembelian, nilai t hitung $3,596 > 1,991$ dan nilai signifikan $0,001 < 0,05$, maka hipotesis H_2 diterima dan H_0 ditolak yang berarti terdapat pengaruh X1 terhadap Y. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda.
2. Variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian, nilai t hitung $0,362 < 1,991$ dan nilai signifikan $0,719 > 0,05$, maka H_3 ditolak dan H_0 diterima yang berarti tidak terdapat pengaruh X2 terhadap Y. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk tidak terdapat pengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda.

Hasil uji t tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. Konsumen memiliki pilihan ketika dihadapkan pada kondisi sedang berencana melakukan pembelian barang, yaitu pembelian terencana dan tidak terencana (Aprilianti, S., Fourqoniah, F., & Andriana, 2019). Hal tersebut terjadi berdasarkan pencarian informasi terkait harga dari suatu produk barang tersebut. Harga merupakan sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang dan jasa. Harga menjadi salah satu faktor penentu yang membuat konsumen menentukan tindakan pembelian suatu produk, sehingga harga perlu ditentukan agar dapat dijangkau oleh semua kalangan konsumen (Fatmalawati, 2021). Dengan ini dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor penentu konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Harga yang ditawarkan oleh Seedy Coffee menjadi berpengaruh terhadap keputusan pembelian karena konsumen merasa harga yang ditawarkan terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang ada pada produk.

Dan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. Pemilik Seedy Coffee sudah berupaya

semaksimal mungkin untuk mengelola *coffee shop* ini dengan memberikan kualitas produk yang baik dan konsisten. Tetapi dari hasil analisis data menunjukkan bahwa variabel kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan mayoritas dari konsumen yang ke Seedy Coffee cenderung lebih memilih harga sebagai alasan dalam mengambil keputusan pembelian, yang artinya konsumen atau responden tidak terlalu mempertimbangkan kualitas produk sebagai acuan untuk melakukan keputusan pembelian.

Variabel independen yang terdiri dari harga dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda. Berdasarkan dari hasil penelitian analisis uji F (Simultan), diperoleh nilai F hitung sebesar 17,170 dengan tingkat signifikansi 0,000. Karena probabilitas jauh lebih kecil dari pada 0,05 (0,000 lebih kecil dari 0,05) dan F hitung lebih besar dari F tabel (17,170 lebih besar dari 3,10) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen yang meliputi harga dan kualitas produk secara simultan atau bersama-sama mempengaruhi variabel keputusan pembelian (Y) secara signifikan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil dari pengujian data mengenai pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di Seedy Coffee Kota Samarinda maka diperoleh kesimpulan bahwa dari hasil penelitian dan perhitungan secara parsial menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, karena harga yang ditawarkan di Seedy Coffee dapat dijangkau dengan finansial konsumen dan sesuai dengan manfaat yang ada pada produk. Hasil penelitian variabel independen yaitu harga dan kualitas produk terbukti berpengaruh signifikan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Seedy Coffee Kota Samarinda. Hal ini disebabkan penetapan harga yang dibuat oleh penjual yang dapat dijangkau oleh konsumen. Variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian, karena konsumen masih merasa ada kekurangan pada produk.

BIBLIOGRAFI

- Aprilianti, S., Fourqoniah, F., & Andriana, A. N. (2019). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP PEMBELIAN TIDAK TERENCANA (IMPULSE BUYING) PADA TOKO HOSHY DI SAMARINDA. *EJournal Administrasi Bisnis*, 7(4), 1–13.
- Cindy, C., Purba, P. Y., Wijaya, H. C., & Anggara, T. (2020). Stres Kerja, Komunikasi dan Lingkungan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Indo Prima Nusantara. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 3(2), 274–281. <https://doi.org/10.31539/costing.v3i2.1071>
- Fatmalawati, D. S. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Ulang Kosmetik Pt. Paragon Technology and Innovation. *Manajemen Bisnis*, 8(1), 16–23.
- Igir, Friani Gloria, Johny RE Tampi, and H. T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Grand Max Pick Up (Studi pada PT. Astra International Tbk Daihatsu Cabang Malalayang). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(2), 12. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i2.4075>
- Mulyadi, M. (2013). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 15(1), 128. <https://doi.org/10.31445/jskm.2011.150106>
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1). <https://doi.org/10.30813/jbam.v10i1.870>
- Permana, C. H. A., & Purnomo, D. (2016). Evaluasi Program Pemberdayaan Masyarakat (Suatu Analisis Dalam Perspektif Pemberdayaan Masyarakat). *Cakrawala Jurnal Penelitian Sosial*, 3(1), 1–19.
- Sahir, S. H., Ramadhan, A., & Tarigan, E. D. S. (2018). Pengaruh Gaya Hidup, Label Halal Dan

- Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area Medan. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(031), 130.
- Shidiq, U., & Choiri, M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9). [http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE PENELITIAN KUALITATIF DI BIDANG PENDIDIKAN.pdf](http://repository.iainponorogo.ac.id/484/1/METODE%20PENELITIAN%20KUALITATIF%20DI%20BIDANG%20PENDIDIKAN.pdf)
- Situmorang, S. H. (2007). *Studi Kelayakan Bisnis Buku 1* (Issue August 2007).
- Sujarweni, V. W. (2015). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi.
- Villela, lucia maria aversa. (2013). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.