



## Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo

Dedi Widiyantika<sup>1</sup>, R Abdul Haris<sup>2\*</sup>, Tatik Amani<sup>3</sup>  
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Panca Marga  
Email : [harisprof7@gmail.com](mailto:harisprof7@gmail.com)

### ABSTRAK

Penelitian ini dijalankan di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo secara parsial. Jenis penelitian yang dipakai ialah penelitian kuantitatif dengan analisis statistik deskriptif. Populasinya adalah seluruh pengunjung Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dengan sampel 98 orang, dan metode pengambilan sampel adalah probability sampling. Dalam membuktikan dan menganalisis hal tersebut, maka digunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, koefisien determinasi serta uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh signifikan secara parsial dan simultan antara kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh lebih besar (Dominan) terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo

**Kata Kunci** : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian

### ABSTRACT

*This research was conducted at Diva Swalayan Kraksaan, Probolinggo Regency with the aim to determine the effect of product quality, service quality and price on purchasing decisions at Diva Swalayan Kraksaan, Probolinggo Regency partially. The type of research used is quantitative research with descriptive statistical analysis. The population is all visitors to Diva Swalayan Kraksaan, Probolinggo Regency with a sample of 98 people, and the sampling method is probability sampling. In proving and analyzing this, validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination and hypothesis testing are used. The results showed that there was a significant influence partially and simultaneously between product quality, service quality, and price on purchasing decisions at Diva Swalayan Kraksaan, Probolinggo Regency. The product quality variable has a greater (dominant) influence on purchasing decisions at Diva Swalayan Kraksaan, Probolinggo Regency*

**Keywords:** Service Quality, Product Quality, Price, and Purchase Decision





## 1. PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Di era globalisasi sekarang ini, persaingan usaha retail lokal khususnya daerah probolinggo semakin kompetitif. Perusahaan menyadari betapa sentralnya peranan pelanggan dalam bisnis mereka, yaitu pelanggan lah yang menjadi alasan keberadaan mereka. Dari kesadaran tersebut perusahaan akan menjadikan pelanggan sebagai fokus dari usaha-usaha mereka dan berusaha menjadikan loyalitas pelanggan sebagai keunggulan bersaing bagi perusahaan. Perusahaan harus memberikan pelayanan kepada pelanggan, baik barang atau jasa berupa pelayanan mutu yang lebih baik, harga lebih terjangkau, dan kualitas produk yang lebih baik dari pada pesaing lainnya. Dengan begitu tujuan yang diinginkan perusahaan dapat tercapai dengan baik.

Menurut (Priansa, 2017) Perilaku pembelian konsumen merupakan studi tentang unit pembelian dan proses pertukaran yang melibatkan perolehan, konsumsi, dan pembuangan barang, jasa, pengalaman, serta ide-ide. Perilaku konsumen mempelajari mengenai segala hal tentang bagaimana proses yang terjadi saat konsumen memilih, membeli, menggunakan atau membuang suatu produk atau jasa, ide, ataupun pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri.

Menurut (Indrasari, 2019) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dan keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan jasa yang diberikan, maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan semakin tinggi. Bila kepuasan pelanggan semakin tinggi, maka dapat menimbulkan keuntungan bagi badan usaha tersebut. Salah satu cara utama mempertahankan sebuah perusahaan jasa adalah memberikan jasa dengan dengan kualitas pelayanan yang lebih tinggi dari pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Menurut (Daga, 2017) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. Untuk meningkatkan kualitas produk perusahaan dapat menerapkan program "*Total Quality Manajemen (TQM)*". Kualitas produk adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Menurut (Indrasari, 2019) Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih



penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa.

Menurut (Indrasari, 2019) Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. "Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan, untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya". Berdasarkan uraian di atas Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dituntut untuk mempertimbangkan konsumen sebagai faktor terpenting dalam pasar, karena dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo dapat memenangkan persaingan pasar tersebut. Jika faktor tersebut telah dipertimbangkan oleh Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo, maka dapat memberikan manfaat bagi Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo salah satunya konsumen akan membuat keputusan pembelian. Keputusan pembelian bukan hanya merupakan suatu tindakan saja melainkan terdiri dari tindakan satu dengan yang lainnya saling berkaitan. Maka para pembeli dipengaruhi oleh informasi mengenai kualitas pelayanan, kualitas produk, harga kemudian konsumen mengelola semua informasi tersebut dan mengambil kesimpulan berupa respon untuk membeli.

### **Rumusan Masalah**

Adakah pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo? Adakah pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo? Adakah pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo?

## **2. TELAAH PUSTAKA**

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut (Indrasari, 2019) Kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia, serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Menurut (Indrasari, 2019) Kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dan keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Indikator kualitas pelayanan adalah : 1) Berwujud 2) Keandalan 3) Ketanggapan 4) Jaminan dan Kepastian 5) Empati.

### **Kualitas Produk**

Menurut (Daga, 2017) Kualitas produk adalah *the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need*, yang berarti



kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Indikator kualitas produk adalah : 1) Kinerja 2) Keistimewaan tambahan 3) Keandalan 4) Kesesuaian dengan spesifikasi 5) Daya tahan 6) Estetika.

### **Harga**

Menurut (Indrasari, 2019) Harga adalah nilai suatu barang atau jasa yang diukur dengan jumlah uang yang dikeluarkan oleh pembeli untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dan barang atau jasa berikut pelayanannya. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Harga menurut Jerome Mc Cartgy harga adalah apa yang dibebankan untuk sesuatu. Harga adalah sejumlah nilai atau uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa untuk jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaatmanfaat harga yang telah menjadi faktor penting yang mempengaruhi pilihan pembeli, hal ini berlaku dalam negara miskin, namun faktor non harga telah menjadi lebih penting dalam perilaku memilih pembeli pada dasawarsa (10 tahun) ini. Dalam arti yang paling sempit harga (*price*) adalah jumlah uang yang dibebankan atas suatu atau jasa. indikator harga adalah : 1) Keterjangkauan harga 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3) Daya saing harga 4) Kesesuaian harga dengan manfaat 5) Harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan.

### **Keputusan Pembelian Konsumen**

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual. Keputusan pembelian adalah proses integrasi yang digunakan untuk mengkombinasikan pengetahuan, untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih satu diantaranya. Menurut (Indrasari, 2019) Keputusan pembelian konsumen merupakan seleksi terhadap dua pilihan alternatif atau lebih, pilihan alternatif tersebut harus tersedia bagi seseorang ketika mengambil keputusan. (Priansa, 2017) Bagi konsumen, sebenarnya keputusan pembelian bukan hanya merupakan suatu tindakan saja melainkan terdiri dari tindakan yang satu sama yang lainnya saling berkaitan". Indikator keputusan pembelian adalah : 1) Pilihan produk 2) Pilihan merk 3) Pilihan saluran pilihan 4) Waktu pembelian 5) Jumlah pembelian.

### **Penelitian Terdahulu**

Variabel Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian sesuai dengan penelitian (Defin Shahrial Putra dan Abdurrahim Junitrianto, 2018), (Kantohe dan Merlyn Karuntu, 2014), (Aris Budiono, 2020), (Bayu Sutrisna Aria Sejati ,2016), (Geby Citra Ananda, 2019)



### Hipotesis

- H<sub>1</sub> : Diduga ada pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.
- H<sub>2</sub> : Diduga ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.
- H<sub>3</sub> : Diduga ada pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

### 3. METODOLOGI

Jenis penelitian yang digunakan ialah penelitian secara kuantitatif. Menurut (Sugiyono, 2015) Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode peneliti yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk peneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Menurut (Sugiyono, 2013) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini, populasi diambil dari data pengunjung di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo pada bulan Agustus tahun 2022 sebanyak 4013 pembeli. Jumlah sampel sebesar 98. Teknik pengambilan sampel adalah probability sampling. Menurut (Sujarweni, 2019) Salah satu teknik probability sampling ini adalah teknik simple random sampling, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi itu. Menurut (Surjaweni, 2020) Data sekunder dapat berasal dari berbagai sumber, antara lain laporan keuangan instansi, artikel, buku teori, majalah, dan sebagainya. Analisis data menggunakan SPSS regresi berganda (Rahmansyah et al., 2021, 2022).

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil

#### Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No. Pernyataan	X1	X2	X3	Y	Ketentuan	Keterangan
1	0,717	0,715	0,415	0,560	> 0, 0,1986	Valid
2	0,637	0,719	0,792	0,696	> 0,1986	Valid
3	0,790	0,899	0,764	0,802	> 0,1986	Valid
4	0,735	0,605	0,678	0,710	> 0,1986	Valid
5	0,647	0,899		0,767	> 0,1986	Valid

Sumber: Data diolah SPSS, 2023



Menurut tabel 1 bisa didapati rhitung dari setiap variabel valid oleh rhitung > rtabel sejumlah 0,1986.

### Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Alpha 0,60	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,746	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,876	0,60	Reliabel
Harga	0,759	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,753	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Untuk mengetahui tingkat kestabilan dipakai nilai *Cronbach's Alpha*. Suatu model konstruk dinilai mempunyai tingkat kestabilan yang baik jika nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Dari hasil tabel 2 bisa dilihat nilai alpha dalam masing-masing variabel adalah reliabel baik, karena nilai *Cronbach's Alpha*  $\geq$  0,60.

### Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1	0,200	> 0,05	Berdistribusi Normal

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 3 diatas pengujian normalitas didapati nilai signifikan 0,200 menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut berdistribusi normal dilihat dari nilai signifikan 0,200 > 0,05.

### Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	2,502	< 10	Tidak Multikolinearitas
Kualitas Produk	2,068	< 10	Tidak Multikolinearitas
Harga	1,546	< 10	Tidak Multikolinearitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas bisa diketahui nilai VIF variabel, Kualitas Pelayanan 2,502, Kualitas Produk 2,068, serta Harga 1,546.

### Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,319	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0,681	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas
Harga	0,300	> 0,05	Tidak Heteroskedastisitas

Sumber: Data diolah SPSS, 2023



Hasil uji Glejser berdasarkan Tabel 6. Analisis regresi dapat diartikan tidak menunjukkan adanya bukti heteroskedastisitas. Hal ini terlihat dari nilai signifikansi sebesar 0,319 untuk variabel Kualitas Pelayanan, 0,681 untuk variabel Kualitas Produk, dan 0,300 untuk variabel Harga.

### Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	4,273	
Kualitas Pelayanan	0,226	Hubungan Positif
Kualitas Produk	0,357	Hubungan Positif
Harga	0,169	Hubungan Positif

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Dari analisis regresi bisa diketahui persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3$$

$$Y = 0,426 + 0,226X_1 + 0,357X_2 + 0,169X_3$$

Persamaan regresi linier berganda memperlihatkan hubungan antara variabel *independent* melalui variabel *dependen* secara parsial, dari persamaan tersebut bisa disimpulkan: Konstanta  $a = 4,273$ , artinya jika kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga tidak dilakukan, maka akan diperoleh nilai keputusan pembelian sebesar 4,273. Koefisien regresi  $X_1$  (Kualitas Pelayanan) = 0,226, artinya jika kualitas pelayanan tetap dilakukan yaitu berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, serta empati, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,226. Koefisien regresi  $X_2$  (Kualitas Produk) = 0,357, artinya jika kualitas produk tetap dilakukan yaitu kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, kesesuaian dengan spesifikasi, daya tahan, dan estetika, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,357. Koefisien regresi  $X_3$  (Harga) = 0,169, artinya jika harga tetap dilakukan yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat, maka akan mempengaruhi keputusan pembelian sebesar 0,169.

### Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	Adjusted R Square	Keterangan
1	0,700	70% berpengaruh

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 8 terlihat nilai koefisien determinasi (Adjusted R Square) sebesar 0,700 (70%). Hal ini berarti 70% variabel dependen Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel independen Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga. Sedangkan sisanya sebesar 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diperhitungkan.



## Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji T

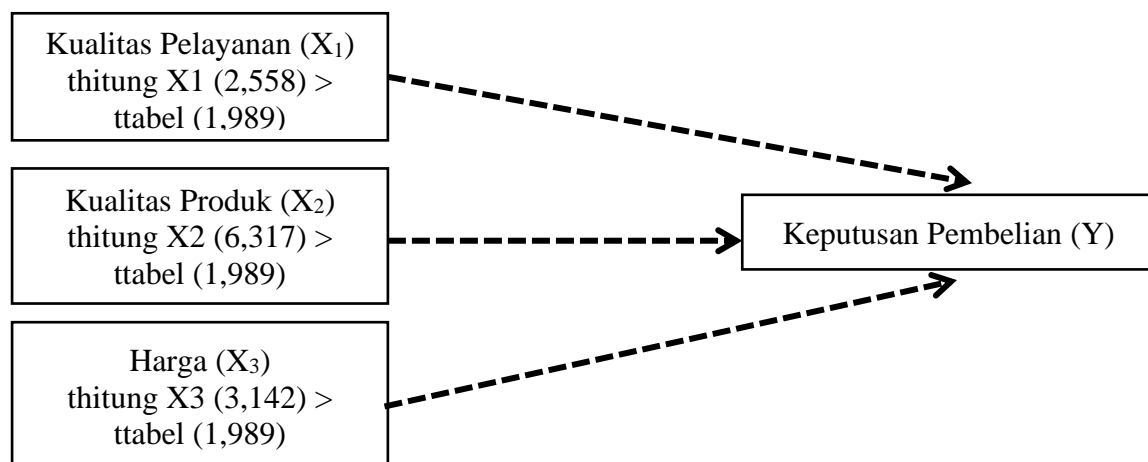
Variabel	Sig.	Ketentuan sig.	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> )	0,011	< 0,05	Berhubungan
Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	0,000	< 0,05	Berhubungan
Harga (X <sub>3</sub> )	0,002	< 0,05	Berhubungan

Sumber: Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan hasil uji t-test dapat dijelaskan sebagai berikut : Diperoleh nilai  $X_1$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,588 > 1,989$ ) dan hasil signifikansi  $0,011 < 0,05$ . Artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ ). Diperoleh nilai  $X_2$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $6,317 > 1,989$ ) dan hasil signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Artinya ada pengaruh signifikan antara kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Diperoleh nilai  $X_3$  dengan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,142 > 1,989$ ) dan hasil signifikansi  $0,002 < 0,05$ . Hal ini menunjukkan bahwa keputusan pembelian ( $Y$ ) secara signifikan dipengaruhi oleh harga ( $X_3$ ).

## Pembahasan

### Hasil Kerangka Berpikir



Gambar 1 : Hasil Kerangka Berpikir

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Dari perolehan uji parsial variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$   $2,588 > t_{tabel}$   $1,989$  dengan nilai sig  $0,011$  yang lebih kecil dari taraf signifikansi  $0,05$ . Maka dari penjelasan di atas hipotesis terbukti, yang berarti adanya pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.





### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Perolehan percobaan parsial variabel kualitas produk ( $X_2$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  6,317 >  $t_{tabel}$  1,989 dengan nilai sig 0,000 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis terbukti, yang berarti adanya pengaruh positif secara parsial antara kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Perolehan dari percobaan parsial variabel harga ( $X_3$ ) menunjukkan nilai  $t_{hitung}$  3,142 >  $t_{tabel}$  1,989 dengan nilai sig 0,002 yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05. Maka dari penjelasan diatas hipotesis terbukti, yang berarti adanya pengaruh positif secara parsial antara harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, 1) hasil uji t dapat dikatakan bahwa variabel kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga secara parsial atau secara sendiri-sendiri berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Diva Swalayan Kraksaan Kabupaten Probolinggo.

Saran untuk peneliti selanjutnya Diharapkan pada penelitian selanjutnya peneliti dapat menambah variabel penelitian yang masih belum diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahim. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Berbelanja Pada Glow Supermarket di Banjarmasin, Vol 11 No 1
- Ananda, G (2019). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Frekuensi Beli Konsumen Pada Pasar Swalayan Maju Bersa Marendal Medan. ISSN: 1979-5408. Hal 32. Ekonomi dan Bisnis.
- Budiono, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi dan Citra Merek terhadap Kepuasan Pelanggan melalui Keputusan Pembelian. P-ISSN 0216-5287.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Global Reasearch And Consulting Institute.
- Firmansyah, A. (2019). Citra, Pemasaran Produk dan merek (planning&strategy).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Sejati, B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualiatas Pelayanan,dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks, Vol 5 No 3: Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen.
- Priansa, D. (2017). *Perilaku Konsumen*. ALFABETA.
- Putra, D. (2018). Faktor-faktor yang mempengaruhi Perilaku Konsumen berbelanja pada Glow Supermarket di Banjarmasin. ISSN 1603-8623. Hal 2.
- Rahmansyah, A. I., Balqis, N. S., Rahajeng, Y., Elmas, M. S. H., & Masluha, S. (2022). The Effect of Non Performing Financing and Financing to Deposit Ratio On Return On Assets. *Assets : Jurnal Ilmiah Ilmu Akuntansi, Keuangan Dan Pajak*, 6(2), 100–107.



<https://doi.org/10.30741/assets.v6i2.849>

Rahmansyah, A. I., Wardayati, S. M., & Miqdad, M. (2021). Audit Committee, Board, and Audit Report Lag. *Wiga : Jurnal Penelitian Ilmu Ekonomi*, 11(1), 19–30.

<https://doi.org/10.30741/wiga.v11i1.577>

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R&D*. Alfabeta.

Sujarweni, W. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Sujarweni, W. (2019). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustaka Baru Press.

Surjaweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta: pustakabarupress.