

Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo

Ida Maisaroh¹, Joni Hendra^{2*}, Tumini³
Fakultas Ekonomi / Jurusan Ekonomi, Universitas Panca Marga
Email : jonihendra221@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan pada *Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo* yang bertujuan untuk mengetahui dampak kelas sosial, gaya hidup dan kualitas produk pada keputusan pembelian pada *Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo*. Populasi yang digunakan konsumen yang melakukan pembelian pada bulan oktober 2023 di *Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo*. Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling yang berjumlah 80 konsumen *Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo*. Teknik analisis data yang digunakan SPSS (*statistical package for the social sciences*) melalui alat perhitungan analisis linier berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan : (1) Variabel kelas sosia, gaya hidup, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) Variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: Kelas Sosial, Gaya Hidup, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This research was conducted at Rocket Chicken Cokroaminoto, Probolinggo City, which aims to determine the impact of social class, lifestyle and product quality on purchasing decisions at Rocket Chicken Cokroaminoto, Probolinggo City. Population used by consumers who made purchases in October 2023 at Rocket Chicken Cokroaminoto, Probolinggo City. The sample in this study used a simple random sampling technique, totaling 80 Rocket Chicken Cokroaminoto consumers, Probolinggo City. The data analysis technique used is SPSS (statistical package for the social sciences) through multiple linear analysis calculation tools. The results of this research show: (1) Social class, lifestyle and product quality variables have a positive and significant influence on purchasing decisions, (2) Product quality variables have a dominant influence on purchasing decisions.

Keywords: Social Class, Lifestyle, Product Quality, Purchasing Decisions.



1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dalam era globalisasi pada saat ini banyak masyarakat terutama di Indonesia yang dalam kehidupan sehari-harinya sangat mempertimbangkan gaya hidup untuk memutuskan pembelian. Dahulu manusia mengkonsumsi suatu produk untuk memenuhi kebutuhannya, namun berbeda lagi saat ini dimana mereka mengkonsumsinya bukan hanya karena kebutuhan saja melainkan mengutamakan gaya hidupnya. (Suryani, 2013) Konsep gaya hidup dan kepribadian seringkali disamakan, padahal sebenarnya keduanya berbeda. Gaya hidup lebih menunjukkan bagaimana individu menjalankan kehidupannya. Gaya hidup merupakan pola konsumsi yang merefleksikan pilihan individu dalam hal bagaimana mereka menghabiskan uang dan waktunya. Gaya hidup seseorang satu dengan yang lain akan jelas berbeda, dapat di lihat dari bagaimana mereka menghabiskan waktunya, apa yang mereka anggap penting dalam kehidupan sosialnya, dan juga bagaimana mereka menggunakan uangnya.

Adanya pembagian kelas sosial yang juga mempengaruhi gaya hidup masyarakat dalam menentukan keputusan pembelian suatu produk menjadi tolak ukur yang sering digunakan dalam menentukan kualitas produk yang akan di konsumsi. Seseorang yang berada di kalangan menengah ke atas cenderung akan memilih produk dengan kualitas yang baik, namun seseorang dari kalangan ke bawah tidak begitu memperhatikan kualitas suatu produk. (Firmansyah, 2019) Kualitas produk adalah *the ability of a product to perform its functions, it includes the product's overall durability, reliability, precision, ease of operation and repair, and other valued attributes* yang artinya kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal itu termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoparasian dan reparasi produk juga atribut produk lainnya.

Keputusan pembelian dengan mempertimbangkan kelas sosial, gaya hidup, dan kualitas produk ini juga terjadi di kalangan masyarakat kota Probolinggo, maka hal tersebut menjadi banyak perhatian usaha tempat makan, terutama di *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo. Bagi kalangan masyarakat kota Probolinggo tentunya sudah tidak asing lagi dengan nama tempat makan tersebut, karena *Rocket Chicken* sendiri sudah memiliki beberapa *outlet* yang tersebar dibeberapa tempat, *Rocket Chicken* sendiri adalah rumah makan yang menyediakan beberapa menu seperti ayam goreng, *chicken steak*, burger, bahkan juga mengikuti perkembangan selera konsumen saat ini. Untuk dapat terus bersaing dan menjadi unggul maka *Rocket Chicken* perlu melakukan evaluasi mengenai selera konsumen mengingat selera konsumen dapat berubah sewaktu-waktu, apa yang konsumen inginkan, dan makanan apa yang sedang populer dikalangan konsumen saat ini, dengan mengetahui hal tersebut *Rocket Chicken* dapat melakukan *upgrade* pada menu yang ditawarkan guna menarik perhatian konsumen.

Pentingnya mengetahui kelas sosial, gaya hidup, dan memperhatikan kualitas produk yang di pasarkan untuk memuaskan pelanggan ini menjadi sebuah pertimbangan



bagi perusahaan agar dapat terus bersaing dengan perusahaan lainnya. Berbagai macam cara harus dilakukan dan tentunya tidak mudah, untuk hasil yang memuaskan tentunya membutuhkan usaha yang lebih keras.

Dari uraian di atas maka dapat dilakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kelas Sosial, Gaya Hidup, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo”.

Rumusan Masalah

Apakah kelas sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo? Apakah gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo? Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo?

2. TELAAH PUSTAKA

Kelas Sosial

(Suryani, 2013) Kelas sosial didefinisikan sebagai pembagian anggota-anggota masyarakat ke dalam suatu hirarki kelas-kelas status yang berbeda, sehingga anggota dari setiap kelas yang relative sama mempunyai kesamaan. Dengan demikian terdapat penjenjangan dalam kelas sosial, mulai dari yang paling rendah sampai yang paling tinggi. (Suryani, 2013) indikator pengukuran kelas sosial yaitu, pekerjaan, pendidikan, pendapatan.

Gaya Hidup

(Setiadi, 2019) Gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana seseorang menghabiskan waktu mereka (aktivitas), apa yang mereka anggap penting dalam lingkungannya (ketertarikan), dan apa yang mereka pikirkan tentang diri mereka sendiri dan juga dunia di sekitarnya (pendapat). Indikator gaya hidup (Sumarwan, dkk., 2013) adalah, aktifitas, minat, opini.

Kualitas Produk

(Haris, 2016) kualitas produk (*Product Quality*) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya. (Firmansyah, 2019) menyebutkan terdapat enam indikator dalam kualitas produk yaitu, kinerja, keistimewaan tambahan, keandalan, keseuaian dengan spesifikasi, daya tahan, estetika.

Keputusan Pembelian

(Firmansyah, 2019) Pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, kapan akan



dilakukan, dan bagaimana pembelian akan dilakukan. Indikator keputusan pembelian (Priansa, 2017) yaitu, pilihan produk, pilihan merek, pilihan saluran pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian.

Penelitian Terdahulu

Pengaruh Gaya Hidup dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian pada *Coffe shop Starbucks* di Kota Bogor (Isyana dan Sujana, 2020). Hasil penelitian gaya hidup berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian kelas sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Hi Jack Sandals* Bandung (Diah Ernawati, 2019). Variabel kualitas produk dan variabel promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel inovasi produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Pengaruh *Servicescape*, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo (Dewi Wahyu Ilahi, M. Syarif Hidayatullah Elmas, dan Ngatimun, 2023). Ada pengaruh antara *Servicescape*, Merek dan Harga Secara Parsial Terhadap Keputusan. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian keramik Viola Kota Probolinggo (Seger Priyatno, 2022). Ada pengaruh antara kualitas produk dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian keramik Viola Kota Probolinggo. Variabel kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian keramik Viola Kota Probolinggo. Variabel kualitas produk yang berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian keramik Viola Kota Probolinggo. Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makan Sehat *Soyjoy* (Novita Sukmawati dan Sri Rejeki Ekasasi, 2020). Penelitian ini menyimpulkan bahwa gaya hidup, kualitas produk, dan promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hipotesis

H1 : Ada pengaruh kelas sosial secara parsial terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto kota Probolinggo (Seger Priyatno, 2020)

H2 : Ada pengaruh gaya hidup secara parsial terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto kota Probolinggo (Seger Priyatno, 2020)

H3 : Ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian di *Rocket Chicken* Cokroaminoto kota Probolinggo (Seger Priyatno, 2020)

3. METODOLOGI PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif asosiatif. (sugiyono, 2016) asosiatif adalah rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan 2 variabel atau lebih. Populasi yang digunakan sejumlah 80 konsumen yang melakukan pembelian pada bulan oktober 2023. teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan simple random sampling. (Sugiyono, 2016) *simple random*



sampling adalah dikatakan *simple* (sederhana) pengambilan anggota sampel dari populasi secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. jumlah sampel mengacu pada rumus *Roscoe* Maka dalam penelitian ini digunakan sebanyak 80 responden konsumen *Rocket Chicken* Cokroaminoto Kota Probolinggo. metode pengumpulan data yang digunakan yaitu : (1) kuesioner; (2) dokumentasi; (3) wawancara. Penggunaan sumber data yaitu sumber data primer serta sumber data sekunder. Teknik Analisis data menggunakan 1) uji validitas, 2) realibilitas, 3) uji asumsi klasik, 4) uji normalitas, 5) uji multikolinieritas, 6) uji heteroskedastisitas, 7) analisis regresi linier berganda, 8) koefisien determinasi, 9) pengujian hipotesis (Rahmansyah et al., 2021, 2022).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Pernyataan	X1	X2	X3	Y	r _{table 5%}	Keterangan
1	0,738	0,614	0,725	0,614	0,219	Valid
2	0,750	0,687	0,731	0,605	0,219	Valid
3	0,753	0,553	0,644	0,574	0,219	Valid
4	0,800	0,744	0,810	0,569	0,219	Valid
5	0,563	0,620	0,635	0,554	0,219	Valid
6	0,816	0,622	0,761		0,219	Valid
7	0,678	0,788	0,679		0,219	Valid
8	-	0,654	0,763		0,219	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasar Tabel 1 dapat diketahui semua nilai r hitung lebih besar dari 0,219 (r tabel n = 80, a = 5%), dengan demikian butir pertanyaan pada variabel kelas sosial, gaya hidup, dan kualitas produk semuanya dinyatakan valid.

Uji Realibilitas

Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Croanbach Alpha	One Shot	Keterangan
Kelas Sosial	0.849	0,60	Reliabel
Gaya Hidup	0.810	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0.863	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.711	0,60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS, 2023



Dari tabel Tabel 2 diketahui bahwa semua nilai *Croanbach Alpha* > 0,6 dari hasil uji reabilitas ini dapat juga disimpulkan bahwa semua daftar pernyataan (instrument) yang digunakan bersifat reliable, dan dapat digunakan untuk analisi lebih lanjut.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Model	Asymp. Sig. (2-tailed)	Ketentuan	Keterangan
1	0,175	>0,05	Berdistribusi Normal

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasar Tabel 3 uji normalitas kolmogorov-smirnov di dapat nilai asymp sig (2-tailed) sebesar 0,17 > 0,05 yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	VIF	Ketentuan	Keterangan
Kelas Sosial	1,568	>10	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Informasi	1,562	>10	Tidak Terjadi Multikolinieritas
Kualitas Produk	1,040	>10	Tidak Terjadi Multikolinieritas

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4 pengujian asumsi multikolonieritas dapat diketahui nilai VIF pada variabel Kelas Sosial (X_1) = 1.568. nilai VIF pada variabel Gaya Hidup (X_2) sebesar 1.562. nilai VIF pada variabel Kualitas Produk (X_3) sebesar 1.040. hasil pengujian tersebut memberikan kesimpulan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak mengandung gejala (masalah) multikolonieritas karena nilai Varian Inflation Factor (VIF) < 10 serta nilai tolerance > 0,10.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
Kelas Sosial	0,725	>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Gaya Hidup	0,660	>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas
Kualitas Produk	0,060	>0,05	Tidak Terjadi Heteroskedastisitas

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Dari Tabel 5 uji Glejser diperoleh nilai sig pada Variabel Kelas Sosial (X_1) = 0.725, variabel Gaya Hidup (X_2) = 0,660, dan variabel Kualitas Produk (X_3) = 0,060. Semua variabel memiliki nilai sig > 0,05 yang menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.



Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients B	Keterangan
	7,113	
Kelas Sosial	0,554	Hubungan Positif
Gaya Hidup	0,855	Hubungan Positif
Kualitas Produk	0,323	Hubungan Positif

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

$$Y = 7,113 + 0,554X_1 + 0,855X_2 + 0,323X_3 + e$$

Maka hasil dari regresi berganda dapat dijelaskan sebagai berikut: b = Nilai konstanta sebesar 7,113 mengidentifikasi bahwa variabel Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk bernilai positif yaitu 7,113. b_1 = Koefisien regresi Kelas Sosial (X_1) sebesar 0.554 dan bertanda positif yang artinya jika persepsi Kelas Sosial tinggi maka keputusan pembelian akan meningkat. b_2 = Koefisien regresi Gaya Hidup (X_2) sebesar 0.855 dan bertanda positif yang artinya jika persepsi Gaya Hidup tinggi maka keputusan pembelian akan meningkat. b_3 = Koefisien regresi Kualitas Produk (X_3) sebesar 0.323 dan bertanda positif yang artinya jika persepsi Kualitas Produk tinggi maka keputusan pembelian akan meningkat.

Analisis Koefisien Determinasi

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R Square	Keterangan
1	0.612	61,2% Berpengaruh

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 7 pengujian yang telah dilakukan menunjukkan nilai R Square ialah 0,612 yang berarti seluruh variabel independen yaitu Kelas Sosial, Gaya Hidup, dan Kualitas Produk pada penelitian ini memberikan kontribusi sebesar 61,2% terhadap variabel dependen, sedangkan sisanya sebesar 38,8% didukung faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian.

Uji Hipotesis

Tabel 8. Hasil Uji t

Variabel	Sig	Ketentuan	Keterangan
Kelas Sosial	0,000	>0,05	Berpengaruh
Gaya Hidup	0,000	>0,05	Berpengaruh
Kualitas Produk	0,030	>0,05	Berpengaruh

Sumber : Data olahan SPSS, 2023

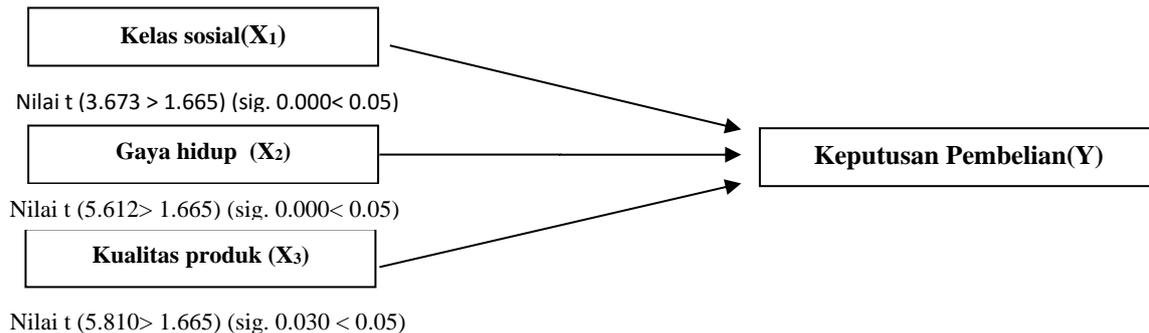
Diketahui bahwa variabel Kelas Sosial menunjukkan nilai t hitung $> t$ table sebesar $3.673 > 1.665$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga disimpulkan terdapat pengaruh positif dan signifikan Kelas Sosial terhadap Keputusan Pembelian. Diketahui bahwa



variabel Gaya Hidup menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{table}$ sebesar $5.612 > 1.665$ dan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ sehingga disimpulkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Diketahui bahwa variabel Kualitas Produk menunjukkan nilai $t_{hitung} < t_{table}$ sebesar $5.810 > 1.665$ dan nilai signifikansi $0.030 < 0.05$ sehingga disimpulkan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pembahasan

sebagai berikut



Gambar 4: Hasil Kerangka Penelitian
 Sumber: Data yang diolah, peneliti 2023

Pengaruh Kelas sosial Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh kelas sosial terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3.673 > 1.665$) (sig. $0.000 < 0.05$) artinya variabel kelas sosial (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Sujana, 2020) yang menunjukkan bahwa kelas sosial berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Sujana, 2020) yang menunjukkan bahwa kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Gaya Hidup Secara Parsial Terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.612 > 1.665$) (sig. $0.000 < 0.05$) artinya variabel gaya hidup (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan (Ekasari, 2020) yang menunjukkan bahwa gaya hidup berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Kualitas Produk Secara Parsial terhadap Keputusan Pembelian

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($5.810 > 1.665$) (sig. $0.030 < 0.05$) artinya variabel kualitas produk (X) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y). Hasil ini sejalan dengan



penelitian terdahulu yang dilakukan (Priyatno, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang sudah dikerjakan oleh peneliti di *Rocket Chicken Cokroaminoto Kota Probolinggo*, maka bisa diambil kesimpulan jika semua hipotesis penelitian diterima. Uji secara parsial menjelaskan jika variabel kelas sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, uji secara parsial menjelaskan variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan uji secara parsial menjelaskan jika variabel kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Bagi peneliti selanjutnya dapat mengembangkan variabel-variabel dalam penelitiannya, misalnya variabel harga, lokasi, dan masih banyak lagi. Selain dari pengembangan variabel baru, perlunya juga mengembangkan dan memilih faktor atau indikator yang tepat dalam penelitian guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abubakar, Rusydi. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Alfabeta.
- Ernawati, D. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung*. Bandung. ISSN : 2527-6034.
- Ekasari, & Sukmawati. 2020. *Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Makan Sehat Soyjoy*. Yogyakarta. ISSN : 2721-3102
- Firmansyah, A. 2019. *Pemasaran Poduk dan Merek (Planning & Strategi)*. Surabaya: CV Penerbit Qiara Media.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Progam IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Undip.
- Haris, Abdul. 2016. *Manajemen Pemasaran Tinjauan Teoritis dan Praktik*. Malang. Surya Pena Gemilang-Anggota IKAPI.
- Isyana, P. P., & Sujana, S. (2020). *Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelas Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Pada Coffee Shop Starbucks Di Kota Bogor*. Bogor. ISSN : 2745-2758.
- Ngatimun, dkk. 2023. *Pengaruh Servicescape, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Dealer Kartika 3 Kabupaten Probolinggo*. Probolinggo. ISSN : 2722-8622.
- Priansa, J.D. 2018. *Komunikasi Pemasaran Terpadu pada Era Media Sosial*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Priyatno, D. 2018. *SPSS (Panduan Mudah Olah Data Bagi Mahasiswa & Umum*. Yogyakarta: CV Andi Offset.



- Priyatno, Seger. 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap keputusan pembelian keramik Viola Kota Probolinggo. Probolinggo. ISSN : 2722-8622
- 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. 2018. *Metode Penelitian (Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sujarweni, V.W. 2020. *Metodologi Penelitian (Bisnis dan Ekonomi)*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Setiadi, Nugroho J. 2019. *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, Dan Keinginan Konsumen)*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen Di Era Internet (Implikasinya Pada Strategi Pemasaran)*. Yogyakarta: Graha Ilmu.