

# ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MEREK HANDPHONE (Studi Kasus Pada Konsumen Di Kota Parepare)

**Herman**

*Program Studi Manajemen Keuangan Syariah*

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam*

*Institut Agama Islam Negeri Parepare*

[herman.pnr23@gmail.com](mailto:herman.pnr23@gmail.com)

## **ABSTRACT**

**Keywords:**

*Price, Product Quality,  
Purchasing Decisions*

**Kata Kunci:**

*Harga, Kualitas Produk,  
Keputusan Pembelian*

*This research effort aims to find out how much influence price and product quality have on consumer decisions to buy cellphone brands in Parepare City. Apart from that, this research will analyze what factors have the most dominant influence in influencing consumers in buying cellphone brands, as well as what is considered important for consumers in these factors. The population in this study were all cellphone brand consumers in Parepare City who had decided to buy a cellphone brand. The sample used in this research was 50 people using an accidental sampling approach (taking samples by chance). The results of the initial analysis carried out show that the indicators used are valid for measuring existing variables. The results of the subsequent analysis found that of the three variables used in this research, price was the most dominant variable in influencing purchasing decisions.*

## **ABSTRAK**

Usaha Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas produk pada keputusan konsumen untuk membeli merek Handphone di Kota Parepare. Selain itu, penelitian ini akan menganalisis faktor apakah yang berpengaruh paling dominan dalam mempengaruhi konsumen dalam membeli merek handphone, serta hal yang dianggap penting bagi konsumen dalam faktor – faktor tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen merek Handphone di Kota Parepare yang pernah memutuskan untuk membeli merek handphone. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 50 orang dengan pendekatan accidental sampling (pengambilan sampel secara kebetulan). Hasil analisis awal yang dilakukan menunjukkan bahwa indikator yang digunakan valid untuk mengukur variabel yang ada. Hasil analisis selanjutnya mendapati bahwa dari ketiga variabel yang digunakan dalam penelitian ini, harga menjadi variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan pembelian.

## **PENDAHULUAN**

Keputusan Pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek – merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler, 2005). Dalam penelitian ini keputusan pembelian didefinisikan sebagai suatu proses dimana konsumen mengenali kebutuhannya, mencari informasi mengenai produk yang sesuai dan mengambil keputusan tentang produk mana yang akan dibeli dan digunakan. Menurut Kotler (2005), terdapat 5 peran yang dimainkan orang dalam

Pada era persaingan yang begitu ketat saat ini, manusia dituntut untuk dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya, begitu pula dalam hal teknologi dalam aspek kebutuhan komunikasi dan lain sebagainya(Nasution, 2019). Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan alat teknologi yang akan digunakan. Dalam kondisi saat ini, dari semua alat teknologi yang ada, handphone menjadi favorit masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien (Anwar & Satrio, 2015).

Pilihan masyarakat ini tentu menjadi sebuah peluang besar bagi pelaku bisnis teknologi, terutama dibidang komunikasi, untuk terus menggenjot penjualannya dengan penerapan strategi pemasaran yang tepat (Sari & Prihartono, 2021). Inovasi yang dapat memenuhi kebutuhan dan selera konsumen mutlak diperlukan jika pelaku bisnis tidak ingin kehilangan konsumennya serta menumbuhkan permintaan akan produknya. Strategi penetapan harga menjadi sangat krusial bagi usaha handphone persaingan yang begitu ketat dengan usaha merek lainnya. Harga yang ditetapkan oleh merek handphone harus mampu untuk memenuhi ekspektasi konsumen terhadap kualitas produknya(Marpaung et al., 2021).

Penelitian ini akan dilakukan di Kota Parepare dengan pertimbangan bahwa Kota Parepare sebagai kota industri dengan terus bertambahnya penduduk dari kalangan mahasiswa diprediksi akan terus meningkat(Ghanimata & Kamal, 2012).

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Tinjauan Peneltian Relevan**

Tinjauan ini terdiri dari teori – teori yang mendukung penelitian ini, diantaranya adalah teori tentang pemasaran, keputusan pembelian, harga, kualitas produk serta promosi. Selain itu, dalam bab ini akan diuraikan beberapa penelitian terdahulu, kerangka berpikir teoritis serta hipotesis(Lubis, 2015).

### **Tinjauan Teori**

#### **Pengertian Pemasaran**

Strategi penetapan harga adalah cara untuk menentukan harga terbaik untuk produk atau layanan Anda menggunakan model analitik. Ini adalah bagaimana pemilik bisnis memutuskan berapa biaya untuk suatu produk atau layanan. Sebagian besar waktu, Anda perlu menghitung, melakukan riset pasar, atau berbicara dengan pelanggan sebelum menerapkan rencana yang baik(Sihotang, 2020).

Strategi penetapan harga yang berbeda dapat membantu bisnis Anda tumbuh, menghasilkan lebih banyak penjualan, dan menghasilkan uang sebanyak mungkin. Berikut adalah beberapa jenis strategi penetapan harga umum untuk dipikirkan sebagai bagian dari keseluruhan rencana pemasaran Anda:

## 1. Harga Skimming

Strategi skimming harga digunakan oleh bisnis yang mengenakan biaya paling tinggi untuk produk baru dan kemudian perlahan-lahan menurunkan harga dari waktu ke waktu. Dalam strategi penetapan harga ini, harga turun saat produk mengakhiri masa manfaatnya dan menjadi kurang penting. Skimming harga biasanya dilakukan oleh bisnis yang menjual barang berteknologi tinggi atau tidak biasa(Pradana et al., 2017).

## 2. Penetrasi Harga

Saat bisnis memasuki pasar baru, sulit untuk segera mendapatkan pangsa pasar, tetapi harga penetrasi dapat membantu. Strategi Penetration Pricing adalah menetapkan harga jauh lebih rendah dari harga pesaing untuk mendapatkan penjualan awal. Harga rendah ini dapat mendatangkan pelanggan baru dan mencuri penjualan dari pesaing(Abshor et al., 2018).

## 3. Harga Kompetitif

Strategi penetapan harga kompetitif membuat Anda menetapkan harga produk atau layanan Anda pada harga pasar saat ini. Anda dapat memberi harga produk Anda di atas atau di bawah harga pasar asalkan kompetitif. Semua produk lain menetapkan harga Anda di pasar Anda, yang membantu Anda tetap kompetitif jika industri Anda ramai(Kumala & Anwar, 2020).

## 4. Harga Premium

Penetapan harga premium adalah saat harga ditetapkan lebih tinggi daripada pasar lainnya untuk menciptakan rasa nilai, kualitas, atau kemewahan. Jika perusahaan Anda memiliki reputasi yang baik dan basis pelanggan yang loyal, Anda sering dapat menetapkan harga yang lebih tinggi untuk produk bermerek berkualitas tinggi Anda(Ali & Khuzaini, 2017).

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing di pasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dewasa ini sebagian besar konsumen semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, meskipun ada sebagian masyarakat berpendapat bahwa, produk yang mahal adalah produk yang berkualitas(Hidayat & Rayuwanto, 2022).

Adapun arti dari kualitas oleh Philip Kotler (1992 : 55 ) sebagai berikut: Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs. Maksud dari definisi di atas adalah kualitas produk merupakan keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Sedangkan Pemasaran adalah salah satu kegiatan pokok yang perlu dilakukan oleh perusahaan baik itu perusahaan barang atau jasa dalam upaya untuk mempertahankan kelangsungan hidup usahanya. Hal tersebut disebabkan karena pemasaran merupakan salah satu kegiatan perusahaan, di mana secara langsung berhubungan dengan konsumen(Dwijantoro et al., 2022).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini menggunakan metodologi penelitian Kuantitatif. Data dalam penelitian ini diperoleh dari data primer dan data sekunder. Data primer dalam penelitian ini adalah dengan cara penyebaran kueioner atau wawancara responden. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari organisasi atau perseorangan yang berupa literatur seperti pustaka, artikel, literatur, majalah, surat kabar, dan buku yang ada hubungannya dalam penelitian tersebut dan kaitannya dengan harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian Merek Handphone. Populasi dan sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah dengan non probability sampling dengan metode pengambilan sampel yang digunakan adalah accidental sampling, yaitu metode pengambilan sampel yang dilakukan dengan menggunakan siapa saja yang ditemui secara kebetulan sebagai sampel.. Metode analisa datayang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan asumsi klasik, analisa regresi gada dengan cara pengujian Hipotesis.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian**

Hasil Pengujian dengan SPSS untuk variabel Harga diperoleh koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai thitung = 3,193 dengan tingkat signifikan 0,003. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, maka nilai signifikan 0,003 tersebut lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa harga memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin rendah harga yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap suatu produk.

### **Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian**

Hasil Pengujian dengan SPSS untuk variabel Kualitas Produk diperoleh koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai thitung = 1,140 dengan tingkat signifikan 0,260. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, maka nilai signifikan 0,260 tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang menyatakan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti Kualitas Produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik Kualitas Produk yang ditawarkan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap suatu produk.

### **Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian**

Hasil Pengujian dengan SPSS untuk variabel Promosi diperoleh koefisien regresi memiliki arah positif dan nilai thitung = 4,579 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikan 0,05, maka nilai signifikan 0,000 tersebut lebih besar dari 0,05. Dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis H0 ditolak dan Ha diterima

yang menyatakan Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa Promosi memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Semakin baik Promosi yang digunakan maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian terhadap suatu produk.

## **SIMPULAN**

Hasil analisis regresi menunjukkan hasil yang berbeda-beda pada tiap variabel independent terhadap variabel dependent. Hasil ini terlihat dari besarnya koefisien regresi dari yang terbesar pengaruhnya sampai kecil berturut-turut variabel kualitas produk, harga, dan promosi. Pengaruh yang paling dominan diantara ketiga variabel itu adalah variabel kualitas produk, dimana kualitas produk sangat diperhatikan oleh konsumen. Kualitas produk merupakan suatu keunggulan dari produk tersebut sehingga dapat menjadi tolok ukur kepuasan konsumen dalam memuaskan keinginan atau kebutuhannya. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan bahwa ketiga variabel independent yaitu Harga, Kualitas Produk, dan Promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian. Pengaruh yang diberikan oleh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian sebesar 41,7% dan sisanya 58,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal ini membuktikan bahwa konsumen saat membeli sebuah produk dengan melihat harga, kualitas produk, dan promosi yang ada pada produk tersebut.

## **SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang perlu mendapat perhatian antara lain:1). Hendaknya ketika seseorang ingin membeli sebuah merek handphone harus melihat kualitas produknya dulu.2). Hendaknya seseorang melihat apakah harga merek tersebut sebanding dengan kualitas produk tersebut.

## REFERENSI

- Abshor, M. U., Hasiholan, L. B., & Malik, D. (2018). Pengaruh Harga, Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Torabika Duo (Studi Kasus di Area Kabupaten Demak). *Journal of Management*. <http://jurnal.unpand.ac.id/index.php/MS/article/view/1029>
- Ali, M. T. R., & Khuzaini, K. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian rumah. In ... *Dan Riset Manajemen (JIRM)*. [jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1114/1132](http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/1114/1132)
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. ... *Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/3146>
- Dwijantoro, R., Dwi, B., & Syarief, N. (2022). Pengaruh harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian marketplace shopee. In *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*. <https://www.academia.edu/download/90389263/392-593-2-PB.pdf>
- Ganimata, F., & Kamal, M. (2012). Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang). *Diponegoro Journal of Management*. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/view/755>
- Hidayat, R. R., & Rayuwanto, R. (2022). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Keizai*. <http://jurnal.unda.ac.id/index.php/KEIZAI/article/view/292>
- Kumala, F. O. N., & Anwar, M. K. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Perumahan Pt. Hasanah Mulia Investama. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*. <https://jurnal.unesa.ac.id/index.php/jei/article/view/8988>
- Lubis, A. A. (2015). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian surat kabar pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*. <https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/mbisnis/article/view/949>
- Marpaung, F. K., Simarmata, M. W. A., Sofira, A., & ... (2021). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen indomie pada PT. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal* .... <http://www.ejournal.lmiimedan.net/index.php/jm/article/view/134>
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh harga dan kualitas produk alat kesehatan terhadap keputusan pembelian konsumen pada pt. Dyza sejahtera medan. *Warta Dharmawangsa*. <http://jurnal.dharmawangsa.ac.id/index.php/juwarta/article/view/353>
- Pradana, D., Hudayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga kualitas produk dan citra merek BRAND IMAGE terhadap keputusan pembelian motor. *Kinerja*. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/2445>
- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, &* .... <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1573>
- Sihotang, M. K. (2020). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk (studi kasus pada konsumen produk PT. HNI HPAI). In *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis* .... [trianglesains.makarioz.org](https://www.trianglesains.makarioz.org/index.php/JTS/article/download/51/33). <https://www.trianglesains.makarioz.org/index.php/JTS/article/download/51/33>
- Selvia, M. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Scarlett Whitening Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis." ... : *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan* ..., 2022.

- [https://ejurnal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43797.](https://ejurnal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/43797)
- Rahayu, S. "Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna e-Commerce Tokopedia." Mbia, 2021. <https://journal.binadarma.ac.id/index.php/mbia/article/view/1271>.
- Martini, T. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Merek Honda Jenis Skutermatic." Jurnal Penelitian, 2015. <http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/jurnalPenelitian/article/view/854>.
- Kasanti, N, A Wijaya, and S Suandry. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Safety Merek Proguard Pada PT AIM Safety Indonesia." Asian Journal of Innovation and ..., 2019. <https://journal.uii.ac.id/ajie/article/view/12470>.
- Puspita, Y D, and G Rahmawan. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Garnier." Jurnal Sinar Manajemen, 2021. <https://www.jurnal.unismuhpalu.ac.id/index.php/JSM/article/view/1644>.
- Bairizki, A. "Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada UD Ratna Cake & Cookies)." Valid: Jurnal Ilmiah, 2017. <https://stieamm.ac.id/jurnal/index.php/valid/article/view/34>.
- Ariella, I R. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid." ... Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-up Bisnis, 2018. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/683>.
- Kesuma, M, D Fitria, and ... "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pattaya Corner Kota Salatiga." Jurnal Ilmiah Manajemen .... scholar.archive.org, 2021. <https://scholar.archive.org/work/pkq5oiikzvblfhnsqj7schm6um/access/wayback/http://jurnal.ubharajaya.ac.id/index.php/manajemen-ubhara/article/download/845/pdf>.
- Amilia, S. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa." Jurnal Manajemen Dan Keuangan, 2017. <https://ejurnalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213>.
- Gain, R, C Herdinata, and K B Sienatra. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Vodkasoda Shirt." ... Dan Start-up Bisnis, 2017. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/447>.
- Marlius, D, and K Noveliza. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Converse Pada Toko Babee. Shopp Padang." EKOMA: Jurnal Ekonomi ..., 2022. <https://jurnalsusantara.com/index.php/EKOMA/article/view/1251>.
- Tjia, H S, S Suharno, and M A Kadafi. "Pengaruh Harga Kualitas Produk Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian." Kinerja, 2017. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/view/2484>.
- Pardede, R, and T Y Haryadi. "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Yang Dimediasi Kepuasan Konsumen." Journal of Business & Applied .... journal.ubm.ac.id, 2017. <https://journal.ubm.ac.id/Index.Php/Business-Applied-Management/Article/View/870>.
- Paludi, S, and R Juwita. "Pengaruh Persepsi Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." ... : Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi, 2021. <http://journal.uniku.ac.id/index.php/Equilibrium/article/view/3498>.
- Supu, L P, B Lumanauw, and ... "Pengaruh Harga Produk, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Smartphone Samsung Di Manado." ... , Manajemen, Bisnis Dan ..., 2021.

- [https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35083.](https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/emba/article/view/35083)
- Mardiayanti, M, and A N Andriana. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Serta Review Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening." ... Pendidikan Dan .... <https://www.journalstkipgrisitubondo.ac.id/index.php/PKWU/article/view/560>.
- Abadi, F, and H Herwin. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Beras Organik Di Jakarta." Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas ..., 2019. <https://core.ac.uk/download/pdf/235155671.pdf>.
- Kurniasari, N D, and S B Santoso. Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Waroeng Steak & Shake Cabang .... [eprints.undip.ac.id](http://eprints.undip.ac.id/39200/), 2013. <http://eprints.undip.ac.id/39200/>.
- Yazia, V. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang)." Economica: Journal of Economic and Economic ..., 2015. <https://ejournal.upgrisba.ac.id/index.php/economica/article/view/229>.
- Amalia, N. "Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Mie Endess Di Bangkalan)." Jurnal Studi Manajemen Dan Bisnis, 2019. <https://eco-entrepreneur.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/6688>.
- Sejati, B S A, and Y Yahya. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks." ... Dan Riset Manajemen (JIRM). [jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id](http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576), 2016. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>.
- Rorong, G A, L F Tamengkel, and D D S Mukuan. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Bekas Import Di Pasar Baru Langowan." Productivity, 2021. <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/productivity/article/view/34769>.
- Ansori, P B. "Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru." Eko Dan Bisnis: Riau Economic and ..., 2020. <https://mail.ekobis.stieriau-akbar.ac.id/index.php/Ekobis/article/view/253>.
- Joshua, D, and M Padmalia. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. [dspace.uc.ac.id](https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1180), 2017. [http://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1180](https://dspace.uc.ac.id/handle/123456789/1180).
- Mahanani, E. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mataharimall. Com." Journal Ikhraith Humaniora, 2018. <http://repository.upi-yai.ac.id/1922/>.
- Prasastiningtyas, T R, and D Djawoto. "Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Seluler." Jurnal Ilmu Dan .... [jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id](http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/852/865), 2016. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/852/865>.
- Fitriana, F, Y Sudodo, and L Hakim. "Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame." Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 2019. <https://www.neliti.com/publications/407341/pengaruh-gaya-hidup-harga-dan-kualitas-produk-terhadap-keputusan-pembelian-kosme>.
- Fadhila, F, S Munte, and ... "Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Singkong Saat Pandemi COVID-19 Di UKM Cap Rumah Adat Minang ...." ... Teknik Mesin & ..., 2022. <https://mail.jurnalmahasiswa.uma.ac.id/index.php/jitm/article/view/1222>.

- Aprilia, G, C Herdinata, and L Padmawidjaja. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Graby Bites." ... Dan Start-up Bisnis, 2020. <https://journal.uc.ac.id/index.php/performa/article/view/1822>.
- Rahmat, I. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Cinta Air Hitam Langkat." [repository.uinsu.ac.id/5042/1/skripsi\\_full.pdf](http://repository.uinsu.ac.id/5042/1/skripsi_full.pdf).
- Dzulkharnain, E. "Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian." IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN, 2020. <https://ejournal.umaha.ac.id/index.php/iqtisad/article/view/543>.
- Siahaan, S D N, and A E Putriku. "Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian." Journal of Business and ..., 2021. <http://ejurnal.seminar-id.com/index.php/jbe/article/view/730>.
- Maulana, A, and M Lestariningsih. "Pengaruh Harga, Brand Ambassador Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening." Jurnal Ilmu Dan ..., 2022. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/view/4881>.
- Haque, M G. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian." E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, 2020. <https://journal.unimal.ac.id/emabis/article/view/476>.
- Ranto, D W P. "Pengaruh Harga, Desain Produk, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ukm Di Yogyakarta." JBTI: Jurnal Bisnis: Teori Dan Implementasi, 2014. <http://journal.umy.ac.id/index.php/bti/article/view/1382>.
- Puspita, C M, and A Budiatmo. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Rocket Chicken Wolter ....)" Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, 2020. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/28079>.
- Fernando, M F, and N M A Aksari. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar." [ojs.unud.ac.id, 2017. https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/35419/21667](https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/download/35419/21667).
- BEDONG, M. A. R., & SYATAR, A. INNOVATION OF LAW ON CONTRACT IN SHARIA PAWNSHOPS.
- ARSYAD, M. A., & SISWANTO, D. J. THE INFLUENCE OF ACCOUNTING INFORMATION SYSTEMS ON THE QUALITY OF FINANCIAL REPORTS BMT FAUZAN AZHIIMA PAREPARE CITY.
- Nasuka, M., Zubair, M. K., & Semaun, S. (2023). CORE SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION: THE ROLE OF ISLAMIC MARKETING ETHIC IN SHARIA BANKING. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 15(2), 247-266.
- Haq, I., Muliati, M., Amiruddin, M. M., Maddolangeng, N. M., & Hammad, H. A. A. K. (2022). I'adah al-Nadzr (Reconsideration): A Critical Comparative Study between Indonesian Law and Saudi Arabian Law Perspectives (Fiqh Murafa'at). *Al-Istinbath: Jurnal Hukum Islam*, 7(2 November), 311-328.
- Hannani. (2023). Revisiting Islamic Law in Indonesia's Legal System Discourse: A Critical Analysis of the Legal and Social Implications. *International Journal of Law and Politics Studies*, 5(3), 13-17. <https://doi.org/10.32996/ijlps.2023.5.3.3>
- Firman, H., & Haramain, M. (2022). Developing the Indonesian student's personality through recognizing local culture and literature: A brief study of Bugis pappaseng. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 6509-6519.

- Abbas, A., & Hannani, H. (2021). An Analysis of Accounting Practices for Zakat, Infaq, and Sadaqah in Lembaga Amil Zakat, Infaq and Sadaqah Nahdatul Ulama (LAZISNU) Parepare, Indonesia: Standardization and Proposed Solutions. *Islamic Banking and Finance Review*, 8(2), 36-54.
- St Aminah, A. T., Jufri, M., Hannani, F., & Aswad, M. (2021). Cultural Assimilation in Community's Ritual TauLotang in Indonesia. *Rigeo*, 11(5).
- Nasuka, M., Zubair, M. K., & Semaun, S. (2023). CORE SERVICE AND CUSTOMER SATISFACTION: THE ROLE OF ISLAMIC MARKETING ETHIC IN SHARIA BANKING. *International Journal of eBusiness and eGovernment Studies*, 15(2), 247-266.
- Zubair, M. K. (2023). EXPLORING THE MAQASHID AL SHARIAH DIMENSION TO EVALUATE THE MANAGEMENT OF BAYTUL MAAL. *Russian Law Journal*, 11(3), 897-906.
- BEDONG, M. A. R., & ZUBAIR, M. K. (2022). The Assesesment of Maqashid Sharia on Islamic Bank-An Evidence from Indonesia. *Journal of Positive School Psychology*, 508-515.
- Semaun, S. (2022). THE EFFECT OF THE CORPORATE GOVERNANCE AND FINANCING DECISION ON FINANCIAL PERFORMANCE AND FIRM VALUE OF THE BANKING INDUSTRY LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE. *Academy of Strategic Management Journal*, 21, 1-10.
- Fikri, F., Muchsin, A., & Semaun, S. (2019). Development of creative industries training towards sharia economic empowerment in Bilalangnge community, Parepare City, South Sulawesi. *Malaysian E Commerce Journal (MECJ)*, 3(2), 33-35.
- Tijjang, B. (2022). The Effectiveness of Marketing Initiatives toward the Growth of Rural Tourism in Indonesia. *Res Militaris*, 12(2), 7254-7271.
- Tijjang, B. (2022). Coffee Product Survival Strategy Amid Global Economic and Political Uncertainty. *International Journal of Global Community*, 5(2-July), 165-178.
- Tijjang, B. (2022). An Empirical Study on the Public Views of Tourist Travel Risk and Crisis Management: A Case of South Sulawesi, Indonesia. *Journal of Digitainability, Realism & Mastery (DREAM)*, 1(05), 60-71.
- Astuti, A. R. T. (2023). Good Housing Governance Management in Indonesia. *International Journal of Education, Business and Economics Research (IJEBER)*, 3(2), 101-109.
- Hanafi, S., Shariati, A., Astuti, A. R. T., & Pratiwi, A. (2023). Reconstruction of The Authority of The Internal Oversight Unit In The Prevention of Corruption Crimes At State Religious Universities. *Journal of Namibian Studies: History Politics Culture*, 34, 544-557.
- Frihatni, A. A., Amiruddin, A., Darmawati, D., & Abbas, A. (2021). Earnings Response Coefficient, Sharia Online Trading System, and Firm Value: An Inference from Indonesia. *International Journal of Finance & Banking Studies* (2147-4486), 10(4), 88-98.