

Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Segar Sei Piring Kabupaten Asahan

Saranadila¹, Desy Irana Dewi Lubis^{2*}

^{1,2} Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Sukma Medan, Indonesia

*E-mail: iranawie27@gmail.com¹, saranadila03@gmail.com²

Information Article

History Article

Submission: 21-05-2026

Revision: 06-06-2026

Published: 07-06-2026

DOI Article:

10.62421/jibema.v3i4.304

ABSTRACT

Pelaku usaha dituntut harus mampu memahami elemen-elemen yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha. Proses di mana pelanggan memilih produk berdasarkan faktor-faktor tertentu dikenal sebagai pilihan pembelian. Tujuan penelitian ialah untuk mengetahui bagaimana ketersediaan serta kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian pada Toko Segar Sei Piring Studi ini menggunakan metodologi kuantitatif dan mengumpulkan data dengan memberikan kuesioner kepada pelanggan. Analisis pengujian kesahihan, keterandalan, analisis linier berganda, serta asumsi klasik dipakai untuk menganalisis data, dengan bantuan aplikasi SPSS Dengan nilai t sebesar 3,611, temuan riset tersebut menunjukkan maka kualitas barang mempunyai dampak dengan menguntungkan serta penting kepada pilihan pelanggan. Ketersediaan barang menunjukkan akibat dengan menguntungkan serta penting kepada pilihan pelanggan. Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh ketersediaan dan kualitas produk.

Kata Kunci: Kualitas produk, Ketersediaan produk, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Business actors are required to be able to understand the elements that can influence consumer purchasing decisions in order to maintain business continuity. The process in which customers choose products based on certain factors is known as purchasing choices. The purpose of this study is to determine how product availability and quality influence purchasing decisions at the Segar Sei Piring Store. This study uses a quantitative methodology and collects data by administering questionnaires to customers. Validity testing, reliability, multiple linear analysis, and classical assumptions are used to analyze the data, with the help of the SPSS application. With a t-value of 3.611, the research findings indicate that product quality has a beneficial and important impact on customer choices. Product availability shows a beneficial and important impact on customer choices. Purchasing decisions are strongly influenced by product availability and quality.

Key word: Product quality, product availability, and purchase decision

Acknowledgment

PENDAHULUAN

Pertambahan usaha disektor perdagangan eceran Indonesia merasakan masa sulit persaingan sudah semakin ketat seiring meningkatnya kebutuhan dan perilaku konsumsi masyarakat. Pelaku usaha dituntut harus mampu memahami elemen-elemen yang dapat memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli agar dapat mempertahankan keberlangsungan usaha. Proses di mana pelanggan memilih produk berdasarkan faktor-faktor tertentu dikenal sebagai pilihan pembelian. Lebih lanjut, Keputusan pembelian dipengaruhi oleh sejumlah variabel, termasuk kualitas produk, biaya,serta faktor lain yang membentuk persepsi konsumen terhadap produk (Puspita & Malik, 2024). Selain itu, Proses tersebut berpuncak pada pilihan pembelian. pertimbangan konsumen dengan melibatkan berbagai aspek awal melaksanakan transaksi (Judianto & Yuniarinto, 2023). Setelah mengidentifikasi keinginan mereka, mengumpulkan informasi, dan mempertimbangkan pilihan mereka, pelanggan membangun penilaian mengenai barang atau jasa apa yang hendak dibeli (Lasminingrat, 2025).

Pilihan transaksi pelanggan sangat didorong oleh kualitas produk. Kualitas produk mencakup sejumlah faktor, termasuk kesesuaian, daya tahan, dan keandalan bersama spesifikasi, kemudahan penggunaan, serta tampilan (Ritonga et al., 2019). Sejalan dengan itu Rosselivia & Ekowati, (2022) menyatakan bahwa pelanggan lebih cenderung memilih barang berkualitas lebih tinggi saat memutuskan pilihan mengenai apa yang hendak dibeli. Riset mendukung hal ini Sisrahmayanti & Muslikh, (2022) dengan menemukan maka pilih konsumen guna membeli sangat didorong oleh kualitas barang. Disamping itu, Kemalasari & Widyasari, (2024) Perihal ini memperlihatkan maka peningkatan kualitas barang akan menyebabkan peningkatan dengan signifikan dalam pilihan pelanggan.

Selain kualitas barang, Aspek penting lainnya yang mendorong pilihan transaksi pelanggan ialah ketersediaan barang. Pelanggan berminat memutuskan tempat berbelanja dengan bisa menyediakan produk secara lengkap dan mudah diperoleh. Apabila produk yang dibutuhkan tersedia, maka konsumen akan lebih mudah dalam melakukan pembelian, sedangkan apabila barang tidak ada maka pelanggan berpotensi berpindah ke tempat lain. Ketersediaan barang merupakan faktor penting dalam pemasaran karena produk yang tersedia dan mudah diperoleh konsumen akan meningkatkan kemungkinan terjadinya pilihan transaksi. Pelanggan mengarah memilih barang dengan selalu tersedia cocok kebutuhan pelanggan, sehingga ketersediaan produk dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen (Kotler & Armstrong, 2018). Selain itu riset yang dilaksanakan Perdana et al., (2024), ketersediaan produk berdampak positif serta signifikan bagi pilihan pembelian yang dibuat oleh konsumen, di mana makin tersedia suatu barang maka makin tinggi kemungkinan pelanggan melakukan transaksi. Selain itu Mawarni et al., (2024) juga menjelaskan bahwa ketersediaan salah satu faktor yang dipertimbangkan

pelanggan saat membuat keputusan tentang apa yang akan dibeli adalah produk itu sendiri karena produk dengan tersedia dapat memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya.

Kualitas dan keragaman produk mampu meningkatkan pilihan transaksi pelanggan (Soetanto et al., 2020). Selanjutnya Mokodompit et al., (2022) perihal ini memperlihatkan maka satu diantara elemen kunci dengan memengaruhi pilihan transaksi kualitas produk. Kelengkapan serta kualitas barang didorong pilihan transaksi secara positif pelanggan kepada usaha ritel (Pramono et al., 2021). Kemudian Feny & Rini, (2024) menjelaskan bahwa pilihan transaksi pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan variasi produk.

Sejalan dengan hal tersebut, keberadaan toko ritel modern di tingkat lokal seperti Toko Segar Sei Piring merupakan bagian dari perkembangan sektor ritel di daerah. Toko ini hadir sebagai salah satu alternatif tempat berbelanja agar kebutuhan sehari-hari masyarakat terpenuhi konsep dengan lebih modern dibandingkan toko tradisional. Secara umum, toko ini menyediakan berbagai jenis produk kebutuhan pokok, baik berupa bahan makanan segar, produk kemasan, maupun kebutuhan rumah tangga lainnya, sehingga memudahkan konsumen dalam memenuhi kebutuhan dalam satu tempat. Namun berdasarkan obsevasi penulis terdapat kondisi dimana ketersediaan produk belum sepenuhnya stabil, terutama pada waktu-waktu tertentu sehingga menyebabkan beberapa produk tidak tersedia. Selain itu, kualitas produk, khususnya pada produk segar, juga menjadi faktor yang sangat menentukan karena berkaitan langsung dengan tingkat kesegaran, kebersihan, serta kelayakan konsumsi. Perbedaan persepsi konsumen terhadap pilihan transaksi bisa didorong oleh kualitas barang.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada Toko Segar Sei Piring yang berlokasi di Kecamatan Pulau Rakyat, Kabupaten Asahan, Sumatera Utara, selama periode Maret–Mei 2026. Penelitian menggunakan metode kuantitatif untuk meneliti bagaimana ketersediaan serta kualitas produk memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli (Sugiyono, 2020). Informasi riset terdiri atas informasi utama dengan didapat melalui diseminasi kuesioner terhadap pelangga serta informasi subordinat dengan bersumber dari buku, jurnal, juga riset terdahulu yang sesuai.

Populasi penelitian ialah semua pelanggan yang pernah melaksanakan transaksi di Toko Segar Sei Piring. Penarikan cuplikan bermaksud (*selective sampling*) adalah rencana penarikan cuplikan dengan digunakan dalam penelitian ini bersama jumlah responden yang terlibat berjumlah 100 orang. Pengumpulan infromasi dilakukan melalui kuesioner, observasi, dan studi kepustakaan.

Untuk mengetahui dampak kualitas barang serta ketersediaan produk kepada pilihan transaksi konsumen, penyelidikan data dilakukan memakai program SPSS juga memakai penyelidikan deskriptif,

uji kesahihan, uji keterandalan, uji praduga dasar, uji analisis regresi berganda, uji t, uji f, serta kecocokan model (R^2) (Sugiyono, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN.

HASIL

Riset ini dilakukan pada Toko Segar Sei Piring yang bergerak di bidang ritel kebutuhan sehari-hari di Kabupaten Asahan. Penelitian bermaksud guna menganalisis dampak kualitas barang serta ketersediaan produk terhadap pilihan transaksi pelanggan. Responden riset sebanyak 100 jiwa konsumen sudah pernah melakukan pembelian di Toko Segar Sei Piring. Metode tes keabsahan, tes keterandalan, tes anggapan dasar, penyelidikan linier ganda, tes simultan (F), tes parsial (t), serta kecocokan model termasuk di antara teknik analitik yang digunakan.

Tabel 1. Karakteristik dan Objek Penelitian

Aspek	Keterangan
Nama Usaha	Toko Segar Sei Piring
Bidang Usaha	Ritel kebutuhan sehari-hari
Lokasi	Sei Piring, Kecamatan Pulau Rakyat, Kabupaten Asahan
Tahun Berdiri	2013
Pemilik	Bapak Albert
Jam Operasional	08.30 WIB – 19.00 WIB
Jumlah Karyawan	10 Orang
Jumlah Responden	100 Responden

Sumber: Data Diolah (2026)

Toko Segar Sei Piring menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat semacam makan makanan, minuman, kelengkapan dapur, produk kebersihan, serta produk perawatan diri. Kelengkapan produk serta kualitas barang dengan baik menjadi satu diantaranya faktor yang menarik minat pelanggan untuk berbelanja.

Tabel 2. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Variabel	Rentang r_{hitung}	Cronbach Alpha	Kesimpulan
Kualitas Produk (X_1)	0,823 – 0,863	0,95	Valid sertaReliabel
Ketersediaan Produk (X_2)	0,648 – 0,784	0,88	Valid sertaReliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,742 – 0,830	0,93	Valid sertaReliabel

Sumber: Data Diolah (2026)

Perolehan tes validitas mengarahkan semua item pernyataan memiliki nilai Semua instrumen dianggap asli sebab nilai r dengan dihitung makin tinggi melalui nilai r tabel (0,195). Selain itu, nilai alpha Cronbach setiap variabel makin besar dari 0,60, dengan memperlihatkan maka instrumen riset tersebut bisa dipercaya dan sesuai untuk digunakan.

Tabel 3. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji	Hasil	Standar	Kesimpulan
Kenormalan	Sig. 0,06	> 0,05	Data

Uji	Hasil	Standar	Kesimpulan
Multikolinearitas	Tolerance 0,549; VIF 1,823	Tolerance >0,10; VIF <10	Berdistribusi Normal Tidak Terjadi Multikolinearitas
Heteroskedastisitas	Sig. X1=0,486; X2=0,257	> 0,05	Tak Berlangsung Heteroskedastisitas

Sumber: Data Diolah (2026)

Berdasarkan contoh regresi dengan riset tersebut dan perolehan dari uji asumsi tradisional bisa dilihat di tabel diatas dimana hasilnya telah memenuhi syarat statistik sehingga sesuai untuk analisis linier ganda.

Tabel 4. Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Pengujian	Nilai	Signifikansi	Kesimpulan
Kecocokan model (R^2)	0,743	-	Pengaruh variabel sebesar 74,3
Tes F	139,919	0,000	Berdampak simultan signifikan
Tes t Kualitas Produk (X1)	3,611	0,000	Berdampak baik serta penting
Tes t Ketersediaan Produk (X2)	9,672	0,000	Berdampak baik serta penting

Sumber: Data Diolah (2026)

Perolehan riset memperlihatkan maka pilihan transaksi pelanggan di Toko Segar Sei Piring terdorong dengan positif serta signifikan oleh ketersediaan dan kualitas barang. Nilai t yang lebih tinggi menunjukkan bahwa ketersediaan produk memiliki dampak yang lebih besar daripada kualitas produk. Secara simultan, 74,3% dari pilihan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel-variabel ini, dengan harga dan faktor-faktor lain mencakup sisanya, promosi, pelayanan, dan lokasi.

PEMBAHASAN

Dengan mempertimbangkan temuan studi tentang bagaimana ketersediaan serta kualitas produk mendorong pilihan pelanggan guna membeli konsumen terhadap Toko Segar Sei Piring, diperoleh hasil maka kualitas barang serta ketersediaan barang berpengaruh bagus serta penting kepada keputusan pembelian konsumen. Hasil tersebut diperoleh melalui penyelidikan regresi linear berlipat ganda, tes kecocokan model, tes serentak (tes F), serta tes signifikan individual (tes t).

Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Berlandaskan perolehan uji parsial, variabel kualitas produk memperoleh dengan perolehan t sebanyak 3,611, perolehan penting 0,000 lebih kecil dari 0,05.. Temuan ini memperlihatkan bahwa keputusan pelanggan untuk membeli di Toko Segar Sei Piring terdorong dengan baik serta penting oleh kualitas barang. Perihal tersebut sejalan bersama pendapat (Nurhadi, 2023) yang menyatakan keterampilan suatu barang guna berfungsi sesuai dengan standar dan memenuhi harapan pelanggan melalui atribut semacam keandalan, daya tahan, serta kesesuaian produk dikenal sebagai kualitas produk. Dalam penelitian ini, Ketika suatu produk berkualitas tinggi, pelanggan lebih cenderung membelinya, kondisi

yang layak, dan mampu memenuhi kebutuhan mereka. Kualitas produk pada Toko Segar Sei Piring dapat dilihat dari kesegaran produk, kebersihan produk, daya tahan, serta kesesuaian produk bersama harapan pelanggan. Kondisi tersebut membantu pelanggan merasa puas dan nyaman saat melakukan transaksi. Pelanggan akan melakukan lebih banyak pembelian jika produknya berkualitas lebih tinggi. Temuan studi ini juga menguatkan teori (Sisrahmayanti & Muslikh, 2022) maka kualitas barang memiliki akibat yang baik pada keputusan transaksi karena pelanggan sering memilih barang yang memenuhi kebutuhan mereka dan menawarkan keuntungan. Dengan demikian, di Toko Segar Sei Piring, kualitas produk memiliki dampak besar pada apa yang diputuskan pelanggan untuk dibeli.

Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Selain kualitas produk, Temuan studi ini juga menunjukkan bahwa ketersediaan produk secara signifikan dan positif memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli. Berlandaskan perolehan tes parsial, peubah ketersediaan produk memperoleh nilai t sebesar 9,672 serta nilai penting berjumlah 0,000, sudah lebih kecil dari 0,05 Perolehan tersebut sejalan dengan pendapat (Friendly & Wasiman, 2025) yang menyatakan bahwa ketersediaan produk merupakan Kemampuan bisnis untuk memasok barang yang diinginkan pelanggan dengan jumlah yang memadai serta saat waktu yang pas. Pelanggan akan lebih bersemangat untuk membeli barang apabila produk yang dibutuhkan tersedia secara lengkap dan mudah diperoleh. Pada Toko Segar Sei Piring, ketersediaan produk terlihat dari kelengkapan produk, ketersediaan stok, serta kemudahan konsumen dalam memperoleh produk yang diinginkan. Kondisi tersebut membuat konsumen merasa nyaman dalam berbelanja karena kebutuhan mereka dapat terpenuhi dalam satu tempat. Perolehan riset ini pula mendukung pendapat (Mawarni et al., 2024) perihal ini menegaskan maka penilaian mengenai apa yang hendak dibeli dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh ketersediaan produk. Makin lengkap serta tersedia Semakin banyak barang yang disediakan, semakin besar kemungkinan pelanggan akan membelinya. Selain itu, variabel ketersediaan produk mempunyai pengaruh yang makin dominan disamakan kualitas produk. Perihal ini tampak dari nilai t_{hitung} ketersediaan produk yang melampaui dibandingkan kualitas produk, hingga bisa dirangkum maka ketersediaan barang menjadi faktor utama dengan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Toko Segar Sei Piring.

Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Bersamaan dengan itu, telah terbukti bahwa ketersediaan dan kualitas barang memiliki akibat dengan menguntungkan serta penting kepada pilihan transaksi pelanggan. Nilai F yang dihitung adalah 139,919 bersama perolehan penting 0,000, dengan dibawah dari 0,05, berlandaskan perolehan uji simultan (uji F). Hasil ini konsisten dengan gagasan (Kotler & Armstrong, 2018) yang menyatakan bahwa berbagai aspek pemasaran, seperti produk dan distribusi, memiliki dampak pada pilihan

pembelian. Kualitas produk dalam penelitian ini mengacu pada kemampuan produk untuk memenuhi permintaan pelanggan, sedangkan ketersediaan barang berkaitan dengan kemudahan konsumen memperoleh produk yang diinginkan. Selain itu, hasil Dengan nilai R Kuadrat sebesar 0,743, koefisien determinasi menunjukkan bahwa 74,3% ketersediaan dan kualitas produk menyumbang 25,7% dari pilihan pembelian konsumen; unsur unsur dengan tak tercakup dengan riset tersebut, bagaikan harga serta promosi, menyumbang 25% sisanya, layanan, serta faktor lainnya. Secara keseluruhan, hasil penelitian Menunjukkan bagaimana ketersediaan dan pilihan transaksi konsumen amat didorong dengan kualitas barang. Barang dengan berkualitas serta tersedia secara lengkap dan mudah diperoleh akan meningkatkan kepuasan dan kepercayaan pelanggan untuk berbelanja di Toko Segar Sei Piring.

SIMPULAN

Berdasarkan temuan penelitian, pilihan transaksi sangat dipengaruhi secara positif oleh ketersediaan dan kualitas barang transaksi konsumen pada Toko Segar Sei Piring. Kepercayaan dan minat konsumen dalam melakukan pembelian dapat ditingkatkan dengan barang-barang berkualitas tinggi, seperti barang-barang yang bersih, segar, dan memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, karena pelanggan lebih suka berbelanja di bisnis yang menawarkan barang-barang yang lengkap dan mudah diakses, ketersediaan produk memainkan peran penting dalam memengaruhi pilihan pembelian.

Temuan studi ini menunjukkan bahwa dalam hal keputusan pembelian pelanggan, ketersediaan produk lebih penting daripada kualitas produk. Secara simultan, 74,3% pilihan transaksi bisa dijelaskan oleh kedua peubah ini; sisanya terdorong oleh variabel dengan tak termasuk dengan riset, semacam harga, promosi, pelayanan, dan lokasi. Oleh karena itu, ketersediaan serta kualitas barang adalah unsur utama dengan butuh dipikirkan waktu menentukan apa yang hendak dibeli..

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, Toko Segar Sei Piring disarankan untuk terus menjaga kualitas produk serta memastikan ketersediaan stok produk tetap lengkap dan mudah diperoleh konsumen. Pengecekan stok secara rutin perlu dilakukan agar tidak terjadi kekosongan barang yang dapat menurunkan minat belipelanggan. disampingitu, penyelidikan seterusnya diinginkan bisa perluas studi ini bersama menggunakan objek penelitian lain dan memasukkan variabel tambahan seperti penetapan harga, pemasaran, dan kualitas layanan untuk memberikan temuan yang lebih menyeluruh dan luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Feny, N., & Rini, Y. P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Supermarket Tiptop Cimone, Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1).
- Friendly, & Wasiman. (2025). Pengaruh Kualitas , Ketersediaan dan Inovasi Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian di PT Sri Indah Mandiri Batam. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 5(3), 1369–1382. <https://doi.org/https://doi.org/10.37481/jmeb.v5i3.1509>
- Judianto, S. V., & Yuniarinto, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Merek. *Jurnal Manajemen Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*, 02(3), 696–706. <https://doi.org/https://doi.org/10.21776/jmppk.2022.02.3.12>
- Kemalasari, P., & Widyasari, S. (2024). Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga , Social Media Marketing , Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian. *Kajian Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha*, 32(2), 133–145. <https://doi.org/https://doi.org/10.32477/jkb.v32i2.944>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles Of Marketing* (17 Edition). Pearson. <https://commecsintstitute.edu.pk/wp-content/uploads/2024/08/Kotler-and-Armstrong-Principles-of-Marketing.pdf>
- Lasminingrat, A. (2025). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran 1*. Perkumpulan Rumah Cemerlang Indonesia.
- Mawarni, I., Pratisila, M., & Revita, N. (2024). Pengaruh Harga Dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Sembako Sheza Palembang. *Jurnal EKOBIS: Kajian Ekonomi Dan Bisnis*, 8(1), 1–12.
- Mokodompit, M. R., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. . (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 3 AM Cofee Manado. *Productivity*, 3(6), 520–524.
- Muin, A. (2023). *Buku Ajar: Metode Penelitian Kuantitatif*. CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Nurhadi, A. (2023). *Strategi Pemasaran (Marketing Strategy)*. Yayasan Sahabat Alam Rafflesia.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021a). *Metode Penelitian Kuantitatif: Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen* (Edisi 3). Widya Gama Press.
- Paramita, R. W. D., Rizal, N., & Sulistyan, R. B. (2021b). *Metode penelitian kuantitatif* (Ketiga). Widya Gama Press.
- Perdana, I. W., Bulan, T. P. L., & Zati, M. R. (2024). Pengeruh Ketersediaan Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Scoopy di Kota Langsa. *NIAGAWAN*, 13(1), 45–54.
- Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *JEKU: Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 21(3), 211–219. <https://doi.org/https://doi.org/10.33061/jeku.v21i3.6867>
- Puspita, H. J., & Malik, A. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian: Systematic Review. *JBM: Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 5(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.371>
- Ritonga, H. M., Fikri, M. El, Siregar, N., Agustin, R. R., & Hidayat, R. (2019). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Strategi*. CV. Nahaji.
- Rosselivia, V., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Modal Insani Dan Bisnis (JMMIB)*, 3(2), 99–108. <https://doi.org/https://doi.org/10.61567/jmmib.v3i2.122>
- Sisrahmayanti, T., & Muslikh. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian:

Peran Mediasi Kepuasan Konsumen. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 12(1), 54–65.
<https://doi.org/https://doi.org/10.12928/fokus.v12i1.5802>

Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Performa: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5(April). <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>

Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.