

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

### Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Jamu Sabdo Palon Di Sukoharjo.

Adhita Maharani Dewi<sup>1</sup>, Laurensia Vienanditya Prasdinari<sup>2</sup>

Universitas Kristen Surakarta

Email : mawarsharon2012@gmail.com

#### ABSTRACT

*This study aims to obtain empirical evidence that partially product quality has a significant positive effect on consumer purchasing decisions of Sabdo Palon traditional herbal syrup in Sukoharjo district and obtain empirical evidence that product quality, price and promotion together have a significant effect on decision to buy traditional herbal syrup Sabdo Palon in Sukoharjo.*

*In this research, the sampling technique that the writer use is a non probability sampling. The method that used in sampling is non-probability sampling, that is the sampling was not choosen randomly. The type of sampling used in this research is purposive sampling. The sample used in this research amounted to 100 consumers of traditional herbal syrup Sabdo Palon in Sukoharjo, data collection in this research using a questionnaire. The data analysis technique used is validity test, reliability test, classical assumption test and hypothesis test using SPSS version 16.00.*

*The research show the product quality variable has a positive effect on purchasing decisions with a t value of 4.562 and a significance of 0.000, the price variable does not have a significant effect on purchasing decisions with a t value of -1.892 and a significance of 0.062, the promotion variable has no significant effect on purchasing decisions. with the t value of -1.07 and a significance of 0.915. And the results of this study indicate that the variable product quality, price and promotion together (simultaneously) on purchasing decisions with a significance value of 0.000.*

**Keywords:**

***Product Quality, Price, Promotion and Purchase Decisions.***

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

#### PENDAHULUAN

Perkembangan industri jamu di Indonesia dalam beberapa bulan terakhir terus meningkat. Kebutuhan manusia terhadap konsumsi jamu tidak bisa diubah karena semakin lama jamu menjadi kebutuhan pokok manusia. Dikarenakan produk jamu menjadi kebutuhan pokok, produk-produk jamu selalu laris di pasaran. Dikalangan anak muda hingga orang dewasa, produk jamu menjadi minuman cepat saji yang cepat dihidangkan, praktis serta dengan harga yang terjangkau. Jamu selalu dibutuhkan oleh semua orang, apalagi di masa pandemi saat ini, mengkonsumsi jamu sangat dianjurkan untuk menjaga tubuh tetap prima.

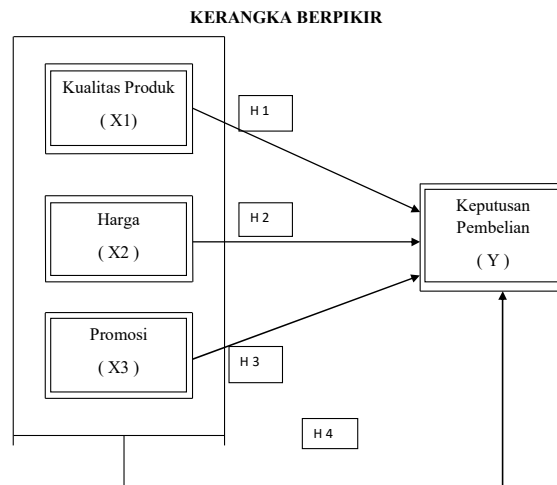
Persaingan bisnis dalam penjualan jamu semakin naik dan membuat para pengusaha jamu berlomba untuk membuat dan memasarkan produk jamunya dengan menggunakan strategi yang unik dan menarik untuk memaksimalkan penjualannya, seperti memperindah kemasan jamu. Hambatan yang dialami oleh perusahaan biasanya adalah persaingan antara perusahaan yang sejenis. Konsumen juga mempunyai kekuasaan untuk menentukan produk apa yang dibeli dan kepada siapa ia akan membeli produk tersebut.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas.

Perusahaan jamu dengan berbagai macam merek dan salah satunya Sabdo Palon sudah banyak dipasaran terutama di Kabupaten Sukoharjo. Dikalangan anak muda sampai orang dewasa sudah banyak yang mengenal jamu Sabdo Palon, terbukti dengan banyaknya macam produk yang terjual dipasaran. Inovasi yang diberikan oleh Sabdo Palon adalah mengeluarkan sirup jamu tradisional yang dikemas sangat rapi dan bersih dalam botol kaca yang menarik. Jamu Sabdo Palon memenuhi selera konsumen dengan pilihan jamu seperti sirup jamu tradisional kunir asam, sirup jamu tradisional beras kencur, sirup jamu tradisional gula asam, sirup jamu tradisional jahe jawa, sirup jamu tradisional temulawak. Selain Jamu Sabdo Palon sebagai produsen jamu, terdapat merek lain sebagai pesaing sejenis di bidang jamu yang terkenal dikalangan masyarakat Sukoharjo, yaitu: Jamu Joglo Kresno Wisnu, Jamu Gujati, Jamu Gatutkaca, dan yang lainnya. Akan tetapi, banyak pabrik jamu pesaing dari Sabdo Palon yang belum pernah memproduksi sirup jamu tradisional yang sama dengan Sabdo Palon. Banyak permintaan dari pasar untuk semakin banyak memproduksi dan yang paling laris dipasaran adalah sirup jamu tradisional beras kencur yang terbuat dari kencur, tepung beras, asam jawa, garam, gula merah atau gula pasir dan mempunyai banyak manfaat seperti mengatasi jerawat, melangsingkan tubuh, mengobati batuk, dan mengobati masuk angin. Jamu Sabdo Palon harus mempertahankan mangsa pasarnya dengan mengetahui kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen serta harus paham mengenai bagaimana konsumen membuat suatu keputusan pembelian terhadap produk yang mereka jual.

**ENTREPRENEUR**  
**Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan**  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka  
Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941  
Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

## KERANGKA TEORITIS DAN HIPOTESIS



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Sumber : Rancangan Peneliti dikutip dari Kelvin Prilano (2020)

H1: Diduga ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian jamu Sabdo Palon.

H2: Diduga ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian jamu Sabdo Palon.

H3: Diduga ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian jamu Sabdo Palon.

H4: Diduga ada pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian jamu Sabdo Palon.

### METODELOGI PENELITIAN

#### Pengujian Instrumen Penelitian

##### Uji Validitas

*Valid* berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang diinginkan dan dapat menangkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

##### Uji Reliabilitas

Penelitian ini menguji reliabilitas instrumen dengan menggunakan pengujian reliabilitas internal consistency dengan metode Cronbach's Alpha atau Koefisien Alpha.

##### Uji Asumsi Klasik

##### Uji Normalitas

Untuk menentukan normal atau tidak normalnya suatu distribusi data dalam penelitian ini, maka peneliti menggunakan uji normalitas data dengan *Klomogorov Smirnov*.

##### Uji Multikolinearitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas.

##### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji terjadinya variance residual suatu periode pengamatan dengan periode pengamatan yang lain.

##### Pengujian Hipotesis

##### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda adalah metode statistic umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara sebuah variabel dependent dengan variabel independent. Persamaan regresi untuk menguji hipotesis tersebut adalah sebagai berikut :

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

Keterangan:

$$Y = \text{Keputusan Pembelian}$$

**ENTREPRENEUR**  
**Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan**  
 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka  
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941  
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

$\beta$  = Koefisien regresi  
 X1 = Kualitas produk  
 X2 = Harga  
 X3 = Promosi  
 e = *Standard*

**Uji Hipotesis Secara Parsial ( Uji t )**

Uji t dilakukan untuk melihat secara parsial bagaimana pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent.

**Uji Hipotesis Secara Simultan ( Uji F )**

Uji f adalah Pengujian yang dilakukan untuk membuktikan apakah pengaruh dari

variabel independent secara simultan (menyeluruh) terhadap variabel dependent.

**Uji Koefisien Determinasi ( R<sup>2</sup> )**

Uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana kemampuan model dapat menjelaskan variabel *dependent*. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Apabila R<sup>2</sup> mendekati satu (1) berarti variabel-variabel *independent* memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel *dependent*.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

Variabel	R Hitung	R Tabel	Keterangan
X1_1	0,749	0,196	Valid
X1_2	0,772	0,196	Valid
X1_3	0,836	0,196	Valid
X1_4	0,821	0,196	Valid
X1_5	0,816	0,196	Valid

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Harga**

Variabel	r Hitung	R Tabel	Keterangan
X2_1	0,845	0,196	Valid
X2_2	0,607	0,196	Valid
X2_3	0,842	0,196	Valid
X2_4	0,647	0,196	Valid
X2_5	0,782	0,196	Valid

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Promosi**

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X3_1	0,794	0,196	Valid
X3_2	0,724	0,196	Valid
X3_3	0,522	0,196	Valid
X3_4	0,885	0,196	Valid
X3_5	0,826	0,196	Valid

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**ENTREPRENEUR**  
**Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan**  
 Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka  
 Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941  
 Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

**Tabel 4. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian**

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Y_1	0,638	0,196	Valid
Y_2	0,641	0,196	Valid
Y_3	0,694	0,196	Valid
Y_4	0,643	0,196	Valid
Y_5	0,616	0,196	Valid

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Reliability Statistic		Keterangan
	Cronbach's Alpha	N of Items	
X1	0,858	5	Reliabel
X2	0,802	5	Reliabel
X3	0,805	5	Reliabel
Y	0,650	5	Reliabel
X1	0,858	5	Reliabel

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 6. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
X1	0,978	1,023
X2	0,999	1,001
X3	0,977	1,023

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 7. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Variabel	Nilai Alpha	Signifikansi
TOTAL X1	0,05	0,190
TOTAL X2	0,05	0,293
TOTAL X3	0,05	0,137

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

**Tabel 8. Hasil Hipotesis Secara Parsial (Uji t)**

Variabel	T <sub>hitung</sub>	T <sub>tabel</sub>	sig	Interpretasi
TOTAL X1	4.562	1,660	.000	H1 diterima
TOTAL X2	-1.892	1,660	.062	H2 ditolak
TOTAL X3	-1.07	1,660	.915	H3 ditolak

*sumber : data primer yang diolah, 2021*

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

Berdasarkan table 1 menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid karena  $r$  hitung disetiap pernyataan  $> r$  tabel .

Berdasarkan tabel 2 menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid karena  $r$  hitung disetiap pernyataan  $> r$  tabel .

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid karena  $r$  hitung disetiap pernyataan  $> r$  tabel .

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan bahwa semua pernyataan untuk variabel kualitas produk dinyatakan valid karena  $r$  hitung disetiap pernyataan  $> r$  tabel .

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* disetiap variabelnya, yaitu variabel Kualitas Produk sebesar  $0,858 > 0,60$ , variabel Harga sebesar  $0,802 > 0,60$ , variabel Promosi sebesar  $0,805 > 0,60$ , variabel Keputusan Pembelian sebesar  $0,650 > 0,60$ , maka variabel kualitas produk, harga, promosi dan keputusan pembelian dinyatakan reliabel.

Berdasarkan tabel 6 uji multikolinearitas antar variabel kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Promosi (X3) tidak terjadi multikolinearitas, dengan kata lain tidak terjadi korelasi. Hal ini dapat dilihat dari  $VIF < 10,00$  dan nilai *tolerance*  $> 0,10$  yaitu : nilai variabel kualitas produk (X1) menunjukkan hasil  $VIF 1,023 < 10,00$  dan nilai *tolerance*  $0,978 > 0,10$ . Nilai variabel harga (X2) menunjukkan hasil  $VIF 1,001 < 10,00$  dan nilai *tolerance*  $0,999 > 0,10$ . Nilai variabel promosi menunjukkan hasil  $VIF 1,023 < 10,00$  dan nilai *tolerance*  $0,977 > 0,10$ .

Berdasarkan tabel 7 hasil uji heteroskedastisitas pada tabel diatas diketahui bahwa besarnya nilai signifikansi variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,190,

variabel harga (X2) sebesar 0,293, variabel promosi (X3) sebesar 0,137 yang lebih besar dari 0,05 atau 5%, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari heteroskedastisitas.

Berdasarkan tabel 8 dapat dilihat bahwa hasil perhitungan koefisien regresi dengan uji  $t$  adalah sebagai berikut :

1. Untuk variabel X1 (kualitas produk) diperoleh nilai  $t$  hitung = 4.562 lebih besar dari  $t$  tabel = 1,660 ( $4,562 > 1,660$ ) dengan tingkat signifikansi 0.000. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 , nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari taraf 5% yang berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian, maka hipotesis pertama diterima, itu artinya terdapat pengaruh positif yang signifikan dari kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).
2. Untuk variabel X2 (harga) diperoleh nilai  $t$  hitung = -1.892 lebih kecil dari nilai  $t$  tabel -1,660 ( $-1,892 < -1,660$ ) dengan tingkat signifikansi 0.062. Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 , nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis kedua ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y).
3. Untuk variabel X3 (promosi) diperoleh nilai  $t$  hitung = -1.07 lebih kecil dari nilai  $t$  tabel -1,660 ( $-1,07 < -1,660$ ) dengan tingkat signifikansi 0.915 . Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05 , nilai signifikansi tersebut lebih besar dari taraf 5% yang berarti  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Dengan demikian, maka hipotesis kedua ini tidak terbukti, itu artinya tidak ada pengaruh yang signifikan dari



## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

promosi (X3) terhadap keputusan pembelian (Y).

#### SIMPULAN DAN IMPLIKASI

Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t.sig sebesar (0,000) lebih kecil dari 0,05. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang tinggi dari kualitas produk terhadap keputusan pembelian sirup jamu Sabdo Palon di Kabupaten Sukoharjo.

Variabel harga mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t.sig sebesar (0,062) lebih besar dari 0,05. Harga tidak berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada tidak ada pengaruh yang tinggi dari harga terhadap keputusan pembelian sirup jamu Sabdo Palon di Kabupaten Sukoharjo.

Variabel promosi mempunyai pengaruh yang tidak signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t.sig sebesar (0,915) lebih besar dari 0,05. Promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan pada keputusan pembelian. Sehingga dapat disimpulkan bahwa ada tidak ada pengaruh yang tinggi dari promosi terhadap keputusan pembelian sirup jamu Sabdo Palon di Kabupaten Sukoharjo.

Variabel kualitas produk, harga dan promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai signifikansi uji F sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga dinyatakan  $H_a$  yaitu kualitas produk, harga dan promosi berpengaruh secara simultan sebesar 8,137 terhadap keputusan pembelian.

Saran untuk Sabdo Palon : Sabdo Palon tetap menjaga konsistensi kualitas produk dengan cara mempertahankan kualitas rasa produk sirup jamu Sabdo Palon. Sabdo Palon lebih meningkatkan promosi di sosial media dan acara tertentu dengan lebih menarik dengan metode pemasaran yang lebih tepat sasaran. Sabdo Palon lebih baik mengeluarkan sirup jamu yang harganya lebih murah, isinya lebih sedikit tetapi kualitasnya sama dengan harga yang normal. Menggunakan jumlah sampel yang lebih banyak dalam penelitian yang akan datang di Perusahaan Jamu Sabdo Palon di Kabupaten Sukoharjo.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Sri Wulan., 2018. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Flashdisk Merek Kingston pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer dan Teknologi Informasi Universitas Sumatera Utara*, diambil Selasa, 4 agustus 2020 pukul 13.40 WIB dari <http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/6936>
- Asri, Marwan. 1991. **Marketing**. Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan AMP YKPN.
- Apriyani, Maria., (2017) *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Citra Merek Dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Merek Frestea (Survey Pada Mahasiswa/i Program Studi Manajemen FEB UNPAS Bandung)* , diambil Sabtu, 28 November 2020 pukul 10.51 WIB dari <http://repository.unpas.ac.id/31583/>
- Amin, Muchammad Al. Dkk., (2017) **KLASIFIKASI KELOMPOK UMUR MANUSIA BERDASARKAN ANALISIS DIMENSI**

## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

- FRAKTAL *BOX COUNTING* DARI CITRA WAJAH DENGAN DETEKSI TEPI CANNY, diambil Selasa, 2 Maret 2021 pukul 15.03 WIB dari <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=https://core.ac.uk/download/pdf/230755665.pdf&ved=2ahUKEwivk6uRk5HvAhUV4nMBHWYxBEQFjACegQIDhAC&usg=AOvVaw2-gsazqcZM2SWd8X23hQoU>
- Devi, Lenggang Kurnia Intan., 2020. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus pada Mahasiswa di Surabaya)*, diambil Jumat, 4 september 2020 pukul 15.22 WIB dari <http://digilib.uinsby.ac.id/29623/>
- Fernando, Made Fajar.Dkk., 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sanitary Ware Toto Di Kota Denpasar*, diambil Kamis, 26 maret 2020 pukul 09.04 WIB dari <https://ojs.unud.ac.id/index.php/Manajemen/article/view/35419>
- Hanif, Inne., 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Pucuk Harum Pada Mahasiswa UN PGRI Kediri (Studi Pada Mahasiswa Manajemen UN PGRI Kediri)*, diambil Kamis, 14 mei 2020 pukul 15.00 WIB dari <http://simki.unpkediri.ac.id/detail/13.1.02.02.0322>
- Kotler, Philip dan Keller, *Manajemen pemasaran*, Edisi 13 Jilid 1, ( Jakarta: Erlanggan, 2013)
- Lestari, Putri., 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (Studi Pada Mahasiswa Reguler Strata I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pasundan Bandung)*, diambil Senin, 10 Agustus 2020 pukul 15.00 WIB dari <http://repository.unpas.ac.id/30183/>
- Mahendra, Made Mahesa., 2018. *Pengaruh Umur, Pendidikan Dan Pendapatan Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Produk Kosmetik The Body Shop Di Kota Denpasar*, diambil Rabu, 9 september 2020 dari <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1369491>
- Muchlis, Imam., 2015. *Pengaruh Stres Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Di PT.Batik Danar Hadi Surakarta (Universitas Muhammadiyah Surakarta)*, diambil Jumat, 6 november 2020 pukul 14.25 WIB dari <http://eprints.ums.ac.id/38670/>
- Priliano, Kelvin. Dkk., 2020. *Pengaruh Harga, Keamanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Toko Online Lazada*, diambil Minggu, 6 september 2020 pukul 17.03 WIB dari <https://ejurnal.seminarid.com/index.php/jbe/article/view/56>
- Prasetyo, Bundan Rachmad ., 2016. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Toyota Avanza (Studi Kasus Pada PT. Nasmoco Solo Baru)*, diambil 25 mei 2020 pukul 19.43 WIB dari <https://123dok.com/document/lzge362y-analisis-pengaruh-kualitas-pengambilan-keputusan-pengambilan-keputusan-pembelian.html>
- Personal website tentang keputusan pembelian, diambil senin, 1 Maret 2021 pukul 12.10 WIB. Dari <https://www.google.com/search?q=keputusan+pembelian&oq=keputusan+pembeli>



## ENTREPRENEUR

### Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Majalengka

Published every January and July e-ISSN : (2776-2483), p-ISSN: 2723-1941

Available online <http://ejournal.unma.ac.id/index.php/entrepreneur>

- [an&aqs=chrome..69i57j35i39j0i39516.15320j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8](https://www.google.com/search?q=an&aqs=chrome..69i57j35i39j0i39516.15320j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8)
- Putri, Agatha Rintadiana, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Iklan dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Popeye Fried Chicken (Survei Terhadap Konsumen Popeye Fried Chicken Cabang Kleco). *Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Surakarta.*
- Pengertian populasi. diambil, Senin 22 maret 2021. Pukul 20.30 WIB. Dari <http://www.pengertianku.net/2015/03/pengertian-populasi-dan-sampel-serta-teknik-sampling.html>
- Ratnasari, Aprillia Dewi. Dkk., (2018) PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DJAWI LANBISTRO COFFEE AND RESTO SURABAYA, diambil Selasa, 2 Maret 2021 pukul 14.55 WIB dari <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&url=http://staffnew.uny.ac.id/upload/132318571/pendidikan/Microsoft%2BPowerPoint%2B-%2BTAHAP%2BPERKEMBANGAN%2BANAK%2BUSIA%2B12-17%2BTAHUN.pdf&ved=2ahUKEwj1sdX1kpHvAhXc5nMBHR6dAiMQFjAAeg>
- [QIARAC&usg=AOvVaw0XDZtKdH3kj2XMi8NXT7h&cshid=1614672337056](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/4378)
- Santoso, Krestiwawan Wibowo., Dkk., 2013. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Permen Tolak Angin Di Semarang (Studi Kasus pada Pengguna Permen Tolak Angin di Kelurahan Tembalang Semarang)*, diambil Rabu, 25 maret 2020 pukul 09.43 WIB dari <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/view/4378>
- Susanto, Albert Ardyan, 2019. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Martabak Spektakuler Nusukan. *Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan) Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Surakarta.*
- Wahyuni, Naning Tri., 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Hp Oppo Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri*, diambil, Rabu 25 maret 2020 pukul 10.00 WIB dari [http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file\\_artikel/2017/12.1.02.02.0084.pdf](http://simki.unpkediri.ac.id/mahasiswa/file_artikel/2017/12.1.02.02.0084.pdf)
- Widodo, 2017. *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Jilid 1. Jakarta : Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.