



PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KOPI JANJI CABANG UJUNG BERUNG KOTA BANDUNG

THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY AND PRICE ON PURCHASING DECISIONS AT THE JANJI COFFEE BRANCH IN UJUNG BERUNG, BANDUNG CITY

Aryani Dwi Lestari¹, Bangkit Nuratri²

¹Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : aryanidwilestari27@gmail.com

²Universitas Wanita Internasional Bandung, Email : bangkitnuratri@iwu.ac.id

*email koresponden: aryanidwilestari27@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.62567/ijosse.v1i3.1335>

Abstract

This research aims to analyze the effect of product quality and price on purchasing decisions at Janji Jiwa Coffee, Ujung Berung Branch, Bandung City. Consumer complaints indicate dissatisfaction with product quality that is perceived as not proportional to the price, while unclear pricing also reduces customer satisfaction. This study applies a quantitative method with descriptive and verificative approaches. The population is consumers of Janji Jiwa Coffee Ujung Berung, with 100 respondents as the sample, obtained using the Slovin formula and accidental sampling. Data collection was conducted through questionnaires, and analysis included validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression, and hypothesis testing using SPSS 25. The results show that product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. Price also has a positive and significant effect. Simultaneously, both variables significantly influence purchasing decisions, with R^2 of 69.4%. This means that product quality and price together explain 69.4% of the variation in purchasing decisions. The findings emphasize the importance for companies to maintain product quality and set competitive prices to increase consumer satisfaction and loyalty.

Keywords : Product Quality; Price; Purchase Decision.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa Cabang Ujung Berung Kota Bandung. Keluhan konsumen menunjukkan adanya ketidakpuasan terhadap kualitas produk yang dianggap belum sebanding dengan harga, serta persepsi kurang transparan terhadap harga yang ditetapkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Populasi penelitian adalah konsumen Kopi Janji Jiwa Ujung Berung, dengan sampel 100 responden yang ditentukan dengan rumus Slovin dan teknik accidental sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, regresi linier berganda, serta uji hipotesis dengan bantuan SPSS



25. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga juga berpengaruh positif dan signifikan. Secara simultan, kedua variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai R^2 sebesar 69,4%. Artinya, kualitas produk dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan 69,4% variasi keputusan pembelian. Temuan ini menegaskan pentingnya bagi perusahaan untuk menjaga kualitas produk dan menetapkan harga yang kompetitif guna meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Kata Kunci : Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan industri coffee shop di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam satu dekade terakhir. Kopi tidak hanya menjadi komoditas minuman, melainkan telah berubah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban, khususnya generasi muda. Kota Bandung, sebagai kota pendidikan dan wisata, menjadi salah satu lokasi strategis yang mendorong pertumbuhan coffee shop. Salah satu brand nasional yang berkembang pesat adalah Kopi Janji Jiwa. Namun, persaingan yang ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk mampu menjaga kualitas produk sekaligus menetapkan harga yang kompetitif. Janji Jiwa Cabang Ujung Berung menghadapi tantangan berupa fluktuasi penjualan dan adanya keluhan konsumen. Beberapa konsumen menilai kualitas produk yang diterima tidak sebanding dengan harga yang ditawarkan, sementara persepsi harga yang kurang transparan menimbulkan ketidakpuasan. Saat ini,

UMKM menjadi penopang perekonomian karena berperan dalam mendukung ekonomi nasional serta menyediakan lapangan pekerjaan bagi sebagian besar tenaga kerja di Indonesia (Ruswandi et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga menjadi faktor penting dalam membentuk keputusan pembelian konsumen. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Kopi Janji Jiwa Cabang Ujung Berung Kota Bandung.

Kualitas Produk merupakan salah satu landasan daya saing di antara pelaku bisnis yang menyediakan layanan kepada pelanggan. Konsumen biasanya ingin menerima barang yang bagus untuk harga yang mereka bayarkan, namun ada yang mengatakan bahwa barang yang mahal adalah produk yang berkualitas. Kualitas produk adalah kemampuan suatu barang dalam menunjukkan sifat dan karakteristiknya sesuai standar yang ditetapkan serta mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan harapan mereka (Wawan Ruswandi, 2019).

Harga adalah Nilai unit produk. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen saat membeli suatu produk, sehingga diperlukan analisis yang cermat untuk menentukan harga Menurut Alma, (2020).

Keputusan pembelian merupakan tentang suatu produk, seseorang memikirkan berbagai opsi dan kemudian membuat keputusan tentang apa yang akan mereka beli. Menurut Andrian (2022). Keputusan pembelian merupakan proses yang dimulai dari upaya memenuhi kebutuhan, kemudian dilanjutkan dengan mempertimbangkan dan memilih produk yang tersedia, hingga akhirnya melakukan pembelian (Resmanasari et al., 2020)

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Lokasi penelitian dilakukan di Kopi Janji Jiwa Cabang Ujung Berung Kota Bandung. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen yang pernah melakukan pembelian,



dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus *Slovin* dan teknik *accidental sampling*. Data yang digunakan terdiri dari data primer berupa kuesioner dan data sekunder berupa literatur. Instrumen diuji dengan uji *validitas* dan *reliabilitas* untuk memastikan keakuratan dan konsistensi data. Analisis data dilakukan dengan uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji t, uji F, dan *koefisien determinasi* (R^2)

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Gambaran Responden

Tabel 1. Jenis Kelamin

NO	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Perempuan	54	54%
2	Laki – Laki	46	46%
	Total	100	100%

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Mayoritas responden pada penelitian ini adalah Wanita yakni sebanyak 54%.

Tabel 2. Usia Responden

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	18 – 20 Tahun	14 Orang	14%
2	21 – 25 Tahun	65 Orang	65%
3	26 – 30 Tahun	21 Orang	21%
	Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Berdasarkan hasil kuesioner dari 100 responden, menunjukkan bahwa kuesioner lebih banyak diisi pada tahun 21-25 yaitu 65%.

Tabel 3. Pekerjaan

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	Pelajar mahasiswa	55 Orang	55%
2	Pegawai Swasta	39 Orang	39%
3	PNS	6 Orang	6%
	Total	100 Orang	100%

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah pelajar mahasiswa sebanyak 55 orang (55%), dilanjutkan dengan pegawai swasta sebanyak 39 orang (39%) dan PNS hanya 6 orang (6%). Data ini menunjukkan bahwa responden kebanyakan berasal dari kalangan pelajar/mahasiswa sebanyak 55%.

b. Pengujian Validitas dan Reliabilitas

Sebagai indikator untuk mengukur kualitas produk, harga dan keputusan pembelian masing-masing diajukan 10 pertanyaan. Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas untuk ketiga variabel seluruh item pertanyaan telah memenuhi kriteria valid dan reliabel. Berikut hasilnya:

Tabel 4. Uji Validitas

Item	Variabel	rHitung	Rtabel	Keterangan
X1.1	Kualitas Produk	0,770	0.165	Valid
X1.2		0,810	0.165	Valid
X1.3		0,766	0.165	Valid
X1.4		0,793	0.165	Valid
X1.5		0,834	0.165	Valid
X1.6		0,809	0.165	Valid



X1.7		0,797	0.165	Valid
X1.8		0,775	0.165	Valid
X1.9		0,701	0.165	Valid
X1.10		0,728	0.165	Valid
X2.1	Harga	0,768	0.165	Valid
X2.2		0,874	0.165	Valid
X2.3		0,784	0.165	Valid
X2.4		0,889	0.165	Valid
X2.5		0,818	0.165	Valid
X2.6		0,768	0.165	Valid
X2.7		0,869	0.165	Valid
X2.8		0,826	0.165	Valid
X2.9		0,883	0.165	Valid
X2.10		0,785	0.165	Valid
Y.1	Keputusan Pembelian	0,476	0.165	Valid
Y.2		0,615	0.165	Valid
Y.3		0,753	0.165	Valid
Y.4		0,767	0.165	Valid
Y.5		0,784	0.165	Valid
Y.6		0,772	0.165	Valid
Y.7		0,530	0.165	Valid
Y.8		0,651	0.165	Valid
Y.9		0,515	0.165	Valid
Y.10		0,454	0.165	Valid

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Tabel 5. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Koefisien Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,928	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,947	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,837	0,6	Reliabel

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* variabel Kualitas Produk sebesar 0,928, variabel Harga sebesar 0,947 dan variabel Keputusan Pembelian sebesar 0,837 sehingga semua dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach Alpha* > 0,6.

c. Pengujian Normalitas

Uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* merupakan bagian dari uji asumsi klasik. Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah nilai residual mempunyai berdistribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah memiliki nilai yang berdistribusi normal.

Tabel 6. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.8856281
	Std. Deviation	4.91596318
	Absolute	.072



Most Extreme Differences	Positive	.072
	Negative	-.046
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi pada kolom Asymp.Sig (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

d. Pengujian Multikolinearitas

Dalam penelitian ini, uji multikolinearitas dilakukan menggunakan software SPSS, serta berdasarkan uji tersebut, diperoleh data sebagai berikut ini.

Tabel 7. Hasil Multikolinearitas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	KUALITAS PRODUK	.285	3.508
	HARGA	.285	3.508
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN			

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Menunjukkan bahwa hasil perhitungan uji multikolinearitas menghasilkan angka *Collinearity tolerance* 0.285 untuk variabel kualitas produk dan 0.285 untuk variabel harga angka ini menunjukkan lebih besar dari 0.1 dan menghasilkan nilai VIF sebesar 3.508 untuk kedua variabel angka ini lebih kecil dari 10. Maka dapat diartikan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas pada masing-masing variabel.

e. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel bebas (kualitas produk dan harga) terhadap variabel terikat keputusan pembelian. untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar satu variabel dengan variabel lainnya. Variabel bebas dari penelitian ini yaitu Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) dan variabel terikat dari penelitian ini yaitu Keputusan Pembelian (Y).

Tabel 8. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		T	Sig.
			Std. Error		
1	(Constant)	.849	1.861	1.531	.129
	KUALITAS PRODUK	.223	.102	.216	.031
	HARGA	.677	.103	.647	.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)



$$Y = 2,849 + 0,223X_1 + 0,677X_2$$

Berdasarkan pada persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- Nilai konstanta Keputusan Pembelian (Y) sebesar 2,849 memiliki nilai yang berarti menunjukkan pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen. Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan harga sama dengan nol atau dapat dikatakan tidak memiliki perubahan, Maka dari itu nilai Keputusan Pembelian adalah sebesar 2,849.
- Nilai koefisien X1 Kualitas Produk sebesar 0,223 berarti nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Yang berarti jika variabel kualitas produk mengalami peningkatan 1% maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,223 dengan perkiraan bahwa variabel yang lain dianggap tetap atau konstan.
- Nilai koefisien X2 Harga sebesar 0,677 berarti nilai tersebut menunjukkan pengaruh positif. Yang berarti jika variabel harga mengalami peningkatan 1% maka keputusan pembelian akan naik sebesar 0,677 dengan perkiraan bahwa variabel yang lain dianggap tetap atau konstan.

f. Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini digunakan untuk melihat pengaruh secara simultan dan parsial dari variabel independent yaitu kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa cabang Ujung Berung Kota Bandung. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan cara sebagai berikut :

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
			Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.849	1.861		1. 531	.129
	KUALITAS PRODUK	.223	.102	.216	2. 191	.031
	HARGA	.677	.103	.647	6. 566	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Variabel X1 Kualitas Produk hasil signifikansinya sebesar 0.031 dimana lebih kecil dari taraf signifikan 0.05. Selain itu, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $2.191 > 1.660$. Berarti H1 diterima artinya kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan pembelian kopi janji jiwa cabang Ujung Berung Kota Bandung.

Variabel X2 Harga hasil signifikansi nya sebesar 0.000 dimana lebih kecil dari taraf signifikansi 0.05. selain itu, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $6,566 > 1.660$. berarti H2 diterima. Maka harga berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa Cabang Ujung Berung Kota Bandung.



ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	1488.488	2	744.244	110.130
	Residual	655.512	97	6.758	
	Total	2144.000	99		

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK

Gambar 1. Hasil Uji F

Sumber : Hasil Kuesioner (2025)

Pada tabel di atas didapatkan nilai f hitung $110,130 > f$ tabel $3,090$ dan nilai signifikan $0,000 < 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa berdasarkan ketentuan yang ada maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kopi janji jiwa Cabang Ujung Berung Kota Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian di atas variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada kopi janji jiwa. Hasil ini bisa ditunjukkan pada hasil uji t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($2,191 > 1,660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,031 < 0,05$). Hal serupa dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Zekry Sitobing, Nany Libryanti dan Arif mudi priyanto pada tahun 2024 dengan judul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada toko Rotte Bakery di Bangkinang kota. Yang menyatakan bahwa secara parsial maupun simultan variabel kualitas produk memiliki hubungan yang signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Jika kualitas produk yang ditawarkan kopi janji jiwa itu baik atau berkualitas dimata konsumen maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen dalam membeli produk kopi janji jiwa. Namun, jika kopi janji jiwa tidak meningkatkan kualitas atau memiliki kualitas produk yang kurang baik maka tingkat keputusan pembelian dari konsumen akan menurun.

Berdasarkan hasil penelitian di atas variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada kopi janji jiwa. Hasil ini bisa ditunjukkan pada hasil uji t bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel ($6,566 > 1,660$) dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ ($0,000 < 0,05$). Seperti hal yang sama dari penelitian yang dilakukan oleh Haque pada tahun 2020 dalam penelitian yang berjudul pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada PT. Multitama Di Jakarta. Menyatakan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian.

Kualitas produk adalah kondisi fisik, fungsi, dan sifat suatu produk, baik barang maupun jasa, berdasarkan tingkat kualitas yang diharapkan seperti daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan pengoperasian, perbaikan produk, dan atribut produk lainnya dengan tujuan memenuhi dan memuaskan kebutuhan konsumen atau pelanggan. Kualitas produk merupakan salah satu landasan daya saing di antara pelaku bisnis yang menyediakan layanan kepada pelanggan. Konsumen biasanya ingin menerima barang yang bagus untuk harga yang mereka bayarkan, namun ada yang mengatakan bahwa barang yang mahal adalah produk yang berkualitas.

Harga produk merupakan ukuran besarnya nilai kepuasan konsumen terhadap produk yang dibelinya. Konsumen akan berani membayar harga yang tinggi untuk suatu produk apabila mereka mendapatkan kepuasan yang diharapkan terhadap produk yang dibelinya. Apabila konsumen tidak mendapatkan kepuasan terhadap produk tersebut, maka konsumen



tidak akan berani membayar harga yang tinggi. Nilai ekonomi tercipta dari aktivitas yang terjadi dalam mekanisme pasar antara pembeli dan penjual.

Berdasarkan hasil penelitian di atas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian pada kopi janji jiwa. Hal tersebut dapat di buktikan melalui uji f dimana f hitung lebih besar dari f tabel yaitu $110.130 > 3.090$.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada kopi janji jiwa cabang ujung berung kota Bandung dapat disimpulkan bahwa :

- Kualitas produk pada Kopi Janji Jiwa Cabang Ujung Berung berada pada kategori cukup baik. Hal ini ditunjukkan melalui aspek kemasan yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, penggunaan bahan yang berkualitas, serta adanya variasi menu yang beragam. Namun, beberapa indikator seperti cita rasa kopi dan konsistensi mutu masih perlu ditingkatkan agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara lebih optimal.
- Harga produk Kopi Janji Jiwa dinilai berada pada kategori cukup baik. Harga dianggap cukup kompetitif dan sepadan dengan kualitas yang ditawarkan, namun jika dibandingkan dengan kompetitor di Kota Bandung, harga Janji Jiwa relatif lebih tinggi. Kondisi ini menimbulkan persepsi sebagian konsumen bahwa harga kurang terjangkau, meskipun tetap ada konsumen yang merasa harga sesuai dengan manfaat yang diperoleh.
- Keputusan pembelian konsumen terhadap Kopi Janji Jiwa berada pada kategori cukup baik. Faktor utama yang mendorong keputusan pembelian adalah variasi rasa, kemudahan akses lokasi, serta kemudahan pembayaran. Namun, masih ada konsumen yang memutuskan untuk beralih ke merek lain karena menilai kualitas produk belum sepenuhnya sebanding dengan harga yang dibayarkan.
- Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t, dimana nilai t hitung sebesar 2,191 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan nilai signifikansi $0,031 < 0,05$. Artinya semakin baik kualitas produk yang ditawarkan, semakin tinggi pula keputusan konsumen untuk melakukan pembelian.
- Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,566 lebih besar dari t tabel 1,660 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$. Hal ini membuktikan bahwa strategi harga yang tepat dan sesuai dengan manfaat yang dirasakan konsumen dapat meningkatkan keputusan pembelian.
- Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini ditunjukkan melalui hasil uji F dengan nilai F hitung sebesar 110,130 lebih besar dari F tabel 3,090 serta signifikansi $0,000 < 0,05$. Artinya, kombinasi kualitas produk yang baik dan harga yang kompetitif akan mampu meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Kopi Janji Jiwa Cabang Ujung Berung secara lebih maksimal.

5. DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, B.(2020). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung: Alfabeta.
 Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
 Tjiptono Fandy. (2020). *Strategi Pemasaran Prinsip dan Penerapan*. Andi. Yogyakarta.
 Sarwono, J. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif menggunakan SPSS*.



Jurnal

- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Baehaki, F. (2021). Pentingnya Kepuasan Konsumen dan Manfaatnya Bagi Perkembangan Bisnis. 28 September 2021. <https://cxsense.com/id/artikel/pentingnya-kepuasan-konsumen-danmanfaatnya-bagi-perkembangan-bisnis-id>.
- Haque, M. G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Berlian Multitama Di Jakarta.*, 21(134), 31–38
- Maddinsyah, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pampers Merek Certainty. *Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen (Swara Mahasiswa Manajemen)*, 3(2), 374. <https://doi.org/10.32493/jism.v3i2.31438>
- Siti Fatimah Puji, Kadori Haidar, dkk. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship Studies*. Volume 5, Number 3 (September) 2024. Available at <https://journal.unm.ac.id/index.php/JE3S/index>
- Rudresh Pandey, M. Firdaus, dkk. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Adidas India, india, dan Malaysia). *International Journal of Finance. Economics and Business*. Vol. 2, No. 1, March 2023, pp.44-60.
- Mustika Sari, R., & Prihartono. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi)*, 5(3), 1171–1184.
- Resmanasari, D., Ruswandi, W., & Setiadi, S. (2020). Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Persepsi Akan Resiko terhadap Keputusan Pembelian Belanja Online. *Jurnal Ekonomak*, VI(2), 16–23. <http://ejournal.stiepgri.ac.id/index.php/ekonomak/article/view/153>
- Ruswandi, W., Wulandari, R., Juliansyah, E., & Resmanasari, D. (2024). Financial Literacy And Social Capital On Performance For Msme Sustainability. *Ekombis Review - Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1), 1133–1144.
- Wawan Ruswandi, R. M. dan R. R. (2019). Citra Merek, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Konsumen Bengkel Motor yang ada di Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, V(3), 108–118.

WEB

- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, (n.d.). Beranda. <https://disbudpar.bandung.go.id/>