

**ANALISIS KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KUALITAS PELAYANAN,  
KUALITAS PRODUK, DAN HARGA PADA SIARAN TV KABEL PESONA DI PULAU  
KANGEAN KEC. ARJASA**

**Ahmad Fawaid<sup>1)</sup> Ida Aryati DPW<sup>2)</sup> Raisa Aribatul Hamidah<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup> Fakultas Ekonomi Universitas Islam Batik Surakarta

E-Mail: <sup>1)</sup> [ahmadfawaid196@gmail.com](mailto:ahmadfawaid196@gmail.com) <sup>2)</sup> [aryatiida@gmail.com](mailto:aryatiida@gmail.com)

***Abstract***

*The purpose of this study was to determine the effect of service quality, product quality, and price on purchasing decisions on Pesona Cable TV broadcasts on Kangean Island, Kec. Arjasa. Researchers used a descriptive quantitative approach. The research was conducted on Kangean Island, Kec. Arjasa. This research was conducted for 3 months, namely during October-December 2022. The population used in this study were subscribers who used Pesona cable TV broadcasts on Kangean Island, Kec. Arjasa, which has 1,233 customers. The researcher chose 123 respondents who use Pesona cable TV as a sample. The technique of determining the sample from this study uses the probability sampling method. The results of this study indicate that based on the t test, the results of service quality, product quality, and price have a positive and significant effect on purchasing decisions on Pesona Cable TV broadcasts on Kangean Island, Kec. Arjasa. Based on the F test, it shows that service quality, product quality, and price have a simultaneous and significant effect on purchasing decisions on Pesona Cable TV Broadcasts on Kangean Island, Kec. Arjasa.*

***Keywords:*** Product Quality, Lifestyle, Quality of Service Purchasing Decisions.

## **1. PENDAHULUAN**

Di era globalisasi saat ini memiliki banyak dampak dalam dunia bisnis dan terjadinya kemajuan bahkan perubahan yang signifikan terhadap bisnis membuat bisa menjadi lebih modern. Globalisasi berdampak pula pada perubahan pola pikir manusia, kemajuan-kemajuan dibidang teknologi serta gaya hidup manusia di era modern saat ini. Globalisasi di era modern saat ini tentu akan membuat perusahaan bisnis berlomba-lomba untuk memproduksi produk-produk yang memiliki keunikan dan perbedaan yang unggul dari produk lainnya. Perkembangan teknologi di era modern saat ini sangat pesat. Manusia sebagai seorang konsumen tentunya memiliki kebutuhan terhadap teknologi, salah satunya yaitu kebutuhan akan televisi yang berguna untuk mengetahui informasi dan hiburan. Otomatis perkembangan televisi akan sangat pesat dan membuat persaingannya antar produsen-produsen televisi semakin ketat dan banyak hal yang harus dilakukan oleh produsen televisi untuk membuat konsumen merasa terpenuhi kebutuhannya terhadap produk televisi. Konsumen tentunya akan dengan mudah memilih dan menentukan produk-produk hasil dari proses produksi produsen yang sesuai akan kebutuhannya berdasarkan pada selera dan dana yang dimiliki. Dengan begitu, produsen diwajibkan untuk selalu melakukan inovasi pada produk yang dihasilkan oleh produsen dan akan berguna pada kegiatan bisnisnya akan bertahan dalam persaingan yang ketat dibidang televisi (Hendro & Hidayat, 2018).

Keputusan pembelian menjadi salah satu sebuah proses dalam pembelian yang nyata, apakah konsumen membeli suatu produk atau tidak. Berbagai faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen akan selalu mempertimbangkan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga. Kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga, yang baik dapat diberikan siaran TV kabel kepada setiap calon konsumennya, sehingga calon konsumen dapat membuat sebuah keputusan pembelian terhadap produk tersebut (Hendro & Hidayat, 2018).

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai produk yang bebas cacat, dengan kata lain produk sesuai dengan standar (target sasaran atau persyaratan yang bisa didefinisikan, diobservasi dan diukur). begitu juga dengan perusahaan dibidang teknologi, khususnya televisi. Perusahaan teknologi yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan dalam persaingan harus mampu memberikan produk yang berkualitas dan pelayanan yang baik terhadap para pelanggan. Sehingga akan muncul kepuasan pelanggan dan diharapkan mampu memberikan dampak yang positif bagi perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi siaran TV kabel termasuk kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan menjadi upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya. pelayanan yang baik mempengaruhi kepuasan konsumen yang berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadinya peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan dan loyalitas konsumen serta membantu jarak dengan pesaing (Nurlina, Milasari, & Indah, 2019).

Untuk menjaga kelangsungan usaha di tengah persaingan bisnis yang kompetitif, suatu perusahaan harus memberikan pelayanan terbaik kepada para konsumennya, agar para konsumen akan terus menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Melihat banyak perusahaan di bidang teknologi terutama pada TV yang ada di seluruh Indonesia membuat para perusahaan bidang teknologi ini terutama pada TV perlu menentukan siaran TV yang benar dan tepat untuk digunakan (Wicaksono, 2020).

Bagi pengusaha teknologi dengan memperhatikan kualitas produk dalam usaha menyediakan berbagai alat teknologi merupakan hal yang vital, karena merupakan *core product* yang menentukan keputusan pembelian konsumen ketika mereka merasakan kepuasan setelah menikmati produk tersebut. Kualitas produk dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini mengindikasikan kualitas produk yang baik bukan berasal dari pemilik usaha, melainkan berasal dari persepsi pelanggan yang diperoleh dari pengalaman terhadap suatu produk (Putri & Trisnowati, 2021). Kualitas produk menjadi salah satu kemampuan satu barang untuk memberikan hasil atau kinerja yang sesuai bahkan melebihi dari pada yang diinginkan pelanggan, produk yang berkualitas akan memberikan kepuasan terhadap konsumen dan akan menarik konsumen lagi untuk melakukan pembelian lagi (Fera & Pramuditha, 2021).

Harga menjadi ukuran terhadap besar kecilnya nilai kepuasan seseorang terhadap produk yang dibelinya. Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah menjadi sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat menetapkan harga produknya dengan baik dan tepat sehingga konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkan supaya perusahaan mendapatkan keuntungan (Mendrofa & Hendriati, 2022).

Harga menjadi atribut dari suatu produk yang paling sering digunakan oleh sebagian konsumen untuk mengevaluasi suatu produk. Harga faktor utama yang selalu

dipertimbangkan dalam sebuah keputusan pemilihan dan pembelian suatu produk. Harga yang tinggi dapat dipandang baik dan positif oleh segmen pasar tertentu, akibat adanya keseimbangan (*equilibrium*). Menjadi situasi dimana harga pasar telah mencapai tingkatan dimana jumlah kuantitas produk yang ditawarkan oleh produsen sama dengan jumlah kuantitas produk yang diminta konsumen. Dalam kurva harga keseimbangan tersebut terjadi titik temu antara kurva permintaan dan kurva penawaran, yang disebut dengan *Equilibrium Price*. Harga yang menyeimbangkan antara jumlah penawaran dari produsen dan jumlah permintaan dari konsumen. Pada harga keseimbangan penawaran oleh produsen yang bersedia melepas produk, sedangkan permintaan oleh konsumen yang bersedia membayar harganya (Hendro & Hidayat, 2018).

TV kabel bukan hal yang baru lagi di masyarakat karena dalam bisnis ini TV kabel semakin meningkat kebutuhan masyarakat akan tontonan yang berada di *channel* lokal beralih ke *channel* internasional. TV kabel membantu masyarakat untuk mendapatkan informasi mengenai perkembangan dunia. TV kabel Pesona merupakan salah satu siaran yang digunakan masyarakat Pulau Kangean mempunyai sistem isyarat frekuensi radio yang transmisi kan dengan serat optik yang tetap atau kabel *coaxial* dan bukan lewat udara seperti siaran televisi yang biasa yang harus ditangkap antena. Terdapat beberapa keunggulan yang dimiliki oleh TV kabel Pesona dibandingkan dengan siaran TV Nasional ataupun TV kabel lainnya. Keunggulan pertama dilihat dari segi kualitas pelayanan, tercermin dari tangganya para karyawan TV kabel Pesona dalam melayani bahkan menangani masalah yang dialami oleh para pengguna. Selain itu dari segi kualitas produk, tercermin dari banyaknya acara lokal seperti adu kerbau, karapan sapi dan hiburan lainnya termasuk ludruk. Selain itu juga terdapat kelebihan dari segi harga juga, tercermin dari terjangkau nya harga yang dibebankan kepada para pengguna TV kabel Pesona dibandingkan yang lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk meneliti terkait **“Analisis Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Harga pada Siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa”**

## 2. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat deskriptif. Penelitian dilakukan di Pulau Kangean Kec. Arjasa. Penelitian ini dilakukan 3 bulan yaitu selama bulan Oktober-Desember 2022. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa yang jumlahnya 1.233 pelanggan. Peneliti memilih 123 responden pengguna siaran TV kabel Pesona untuk dijadikan sampel. Teknik penentuan sampel dari penelitian ini menggunakan metode *probability sampling*.

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

### 3.1 Hasil Penelitian

#### a. Uji Normalitas

	<i>Unstandardized Residual</i>
<i>N</i>	123
<i>Kolmogorov-Smirnov Z</i>	0,723
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>	0,673

Sumber: Data diolah 2023

Hasil pengujian *Kolmogorov-Smirnov-Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* lebih besar dari 0,05 ( $0,673 > 0,05$ ). Menunjukkan bahwa persamaan regresi untuk model dalam penelitian ini memiliki sebaran data yang normal.

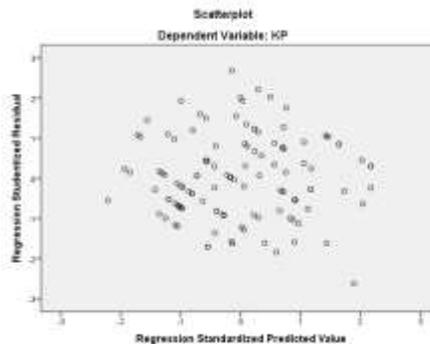
**b. Uji Multikolinieritas**

<i>Model</i>	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,748	1,336	Tidak terjadi multikolinieritas
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,837	1,195	
Harga ( $X_3$ )	0,864	1,158	

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel di atas, diperoleh nilai tolerance variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) yang semuanya  $> 0,10$ . Nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ), dan harga ( $X_3$ ) yang semuanya  $< 10$ . Jadi model regresi pada penelitian ini tidak ada multikolinieritas antar variabel bebas.

**c. Uji Heteroskedastisitas**



Sumber: Data diolah 2023

Pada gambar Scatterplot di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak yang tersebar di atas angka nol pada sumbu Y. Dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi ini.

**d. Uji Analisis Regresi Linier Berganda**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>	
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>
<i>(Constant)</i>	1,985	1,677
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,254	0,069
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,362	0,063
Harga ( $X_3$ )	0,282	0,068

Sumber: Data diolah 2023

$$Y = 1,985 + 0,254X_1 + 0,362X_2 + 0,282X_3 + e$$

**e. Uji t**

<b>Model</b>	<b>t</b>	<b>Sig.</b>	<b>Keterangan</b>
Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	3,662	0,000	H1 diterima
Kualitas Produk ( $X_2$ )	5,795	0,000	H2 diterima
Harga ( $X_3$ )	4,158	0,000	H3 diterima

Sumber: Data diolah 2023

Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $3,662 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $5,795 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Disimpulkan bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

Nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,158 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Disimpulkan bahwa harga ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

**f. Uji F**

<i>Model</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>	<i>Keterangan</i>
<i>Regression Residual Total</i>	41,283	0,000	H0 ditolak

Sumber: Data diolah 2023

Hasil analisis data yang telah didapatkan, maka dapat diketahui bahwa nilai  $F_{hitung}$  adalah sebesar 41,283, dikarenakan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $41,283 > 2,68$ ) dan signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak. Disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) berpengaruh simultan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

**g. Uji Koefisien Determinasi**

R	R Square	Adjusted R Square
0,714	0,510	0,498

Sumber: Data diolah 2023

Berdasarkan hasil analisis di atas maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,498 atau 49,8%. Determinasi atau sumbangan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa sebesar 49,8%. Sisanya sumbangan variabel- variabel lain sebesar 50,2% seperti citra merk, promosi dan lokasi (Fera & Pramuditha, 2021) (Sukmawati & Setiawati, 2021) (Nurlina, Milasari, & Indah, 2019).

**3.2 Pembahasan**

- a. Pengaruh variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $3,662 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Disimpulkan bahwa kualitas pelayanan ( $X_1$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa. Penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Nurlina, Milasari, & Indah, 2019) yang mengatakan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan pada PT. Citra Van Titipan Kilat Langsa.

Hal ini disebabkan karena para pengguna beranggapan bahwa pelayanan yang diberikan oleh pihak TV kabel Pesona dan para karyawannya sudah dirasa baik. Para karyawan dinilai selalu sigap dalam memberikan penjelasan dan pelayanan kepada pengguna. Karyawan juga paham dengan berbagai masalah yang dialami oleh pengguna, jadi mereka selalu tepat dalam memberikan solusi untuk para pengguna. Karyawan juga dinilai cepat dalam mengatasi berbagai keluhan dari para pengguna termasuk dalam penyelesaian pembayaran bulanan. Pengguna merasa bahwa mereka diuntungkan karena mendapatkan rasa aman dan nyaman saat berlangganan TV kabel Pesona. Beberapa juga menjelaskan bahwa karyawan melayani dengan ramah dan senyuman untuk seluruh pengguna.

- b. Pengaruh variabel kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $5,795 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Disimpulkan bahwa kualitas produk ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa. Hal ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Fera & Pramuditha, 2021) yang mengatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian *Handphone* Xiaomi di Kota Palembang.

Hal ini disebabkan karena pengguna TV kabel Pesona merasa bahwa siaran yang

mereka gunakan dapat diandalkan dan kualitas dari siaran sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Selain itu mereka juga beranggapan bahwa semua tayangan TV kabel Pesona yang mereka gunakan tidak mengalami gangguan yang berarti. Mereka juga merasa bahwa tayangan yang mereka tonton sangat beragam dan sudah sesuai dengan SNI. Sehingga mereka tidak pernah merasa kecewa karena telah berlangganan pada TV kabel Pesona. Karena pihak TV kabel Pesona memberikan perhatian yang tulus kepada para pengguna.

- c. Pengaruh variabel harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.

Berdasarkan nilai  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  ( $4,158 \geq 1,98$ ) dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_3$  diterima. Disimpulkan bahwa harga ( $X_3$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa. Pendapat ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh (Sukmawati & Setiawati, 2021) yang mengatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Pada *Marketplace* Shopee.

Hal ini disebabkan karena pengguna TV kabel Pesona beranggapan bahwa harga yang mereka keluarkan untuk menikmati tayangan dari TV kabel Pesona masih terjangkau. Walaupun harganya terjangkau, mereka juga puas dengan kualitas yang dinilai sudah sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Harga TV kabel Pesona dapat bersaing dengan produk sejenis. Selain itu, mereka juga mengatakan bahwa harga yang ditetapkan oleh TV kabel Pesona sudah sesuai dengan berbagai manfaat yang mereka terima. Mereka juga merasa sangat dimudahkan ketika berlangganan TV kabel Pesona karena TV kabel Pesona menyediakan berbagai metode pembayaran yang dapat digunakan oleh para pengguna dalam melakukan pembayaran.

#### 4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.
- Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.
- Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa.
- Berdasarkan hasil analisis di atas maka diperoleh nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,498 atau 49,8%. Determinasi atau sumbangan variabel kualitas pelayanan ( $X_1$ ), kualitas produk ( $X_2$ ) dan harga ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) pada siaran TV kabel Pesona di Pulau Kangean Kec. Arjasa sebesar 49,8%.

#### SARAN

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dalam penelitian ini penulis memberikan saran-saran yang bermanfaat antara lain:

- a. Sebaiknya perusahaan TV kabel Pesona lebih memperhatikan lagi kualitas lebih meningkatkan lagi rasa aman dan nyaman kepada para pengguna TV kabel Pesona agar dapat meningkatkan keputusan pembelian pada TV kabel Pesona.
- b. Sebaiknya perusahaan TV kabel Pesona lebih memperhatikan kualitas dari produk yang mereka hasilkan, karena beberapa dari pengguna masih merasa kecewa dengan produk dari TV kabel Pesona karena masih terdapat beberapa gangguan pada tayangan yang akan dinikmati oleh pengguna TV kabel Pesona.
- c. Sebaiknya perusahaan TV kabel Pesona lebih mempertimbangkan lagi harga dari produk mereka, karena beberapa pengguna masih merasa bahwa harga yang mereka bayarkan masih belum sesuai dengan manfaat yang mereka dapatkan melalui siaran TV kabel Pesona.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung, R. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Simantek*, 4, 31-41.
- Amron, A. (2018). The Influence of Brand Image, Brand Trust, Product Quality, and Price on the Consumer's Buying Decision of MPV Cars. *European Scientific Journal*, 14, 228-239.
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Arjuna, H., & Ilmi, S. (2020). Effect Of Brand Image, Price And Quality Of The Product On The Smartphone Purchase Decisionproduct On The Smartphone Purchase Decision. *EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3, 294-305.
- Dapas, C. C., Sitorus, T., Purwanto, E., & Ihalauw, J. J. (2019). he Effect Of Service Quality And Website Quality Of Zalora.Com On Purchase Decision As Mediated By Purchase Intention. *Jurnal Quality Management*, 20, 87-92.
- Djaelani, M., & Darmawan, D. (2021). Dulux Wall Paint Purchase Decision: The Role of Brand Image, Price, And Product Quality on Consumer Behavior of Paint Products. *Jurnal Simki Economic*, 4, 150-160.
- Fera, & Pramuditha, C. A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Di Kota Palembang. *Publikasi Riset Mahasiswa Manajemen*, 3, 1-13.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro.
- Harfika, J., & Abdullah, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada Rumah Sakit Umum Kabupaten Aceh Barat Daya. *Jurnal Balance*, 14, 44-56.

- Haris, D., & Welsa, H. (2018). Analisis pengaruh kualitas produk dan desain produk dengan variabel intervening , produk dagadu Di Yogyakarta. *Program Studi Magister Manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*, 2.
- Hendro, C. R., & Hidayat, W. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Handphone Merek Iphone Kota Semarang. *DIPONEGORO JOURNAL OF SOCIAL AND POLITIC*, 1-8.
- Istiatin, & Sudarwati. (2021). *Metodologi Penelitian*. Surakarta: Islam Batik University UNIBA PRESS.
- Jansen, F. Y., Worang, F. G., & Arie, F. V. (2022). Pengaruh Ekuitas Merek, Citra Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Smartphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unsrat 2019-2020. *Jurnal EMBA*, 10, 279 - 288.
- Kamaruddin, A. (2013). *Akuntansi Manajemen: Dasar-Dasar Konsep Biaya dan Pengambil Keputusan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kotler, & Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12*. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, U. P., & Sinambela, E. A. (2023). Keputusan Tempat Pembelian Berdasarkan Kualitas Layanan, Suasana Toko, Dan Persepsi Harga. *Jurnal Satyagraha*, 5, 87-97.
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 2, 1267-1283.
- Marbun, M. B., Ali, H., & Dwikoco, F. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Keputusan Pembelian Terhadap Pembelian Ulang (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JMPIS: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3, 716-727.
- Mendrofa, K. H., & Hendriati, Y. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tv Berlangganan Transvision Di Kota Batam. *Jurnal Rekaman*, 6, 24-32.
- Najoan, P. R., Ogi, I. W., & Rogi, M. H. (2022). Analysis Of The Influence Of Products, Prices And Lifestyles On Purchase Decisions For Samsung Smartphone Products Among Class Of 2017 Students, Department Of Management At The Faculty Of Economics And Business, Unsrat Manado. *Jurnal EMBA*, 10, 1682-1693.
- Ngantung, V. A., Tampi, J. R., & Punuindoong, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Indihome Kota Tomohon. *Productivity*, 3, 325-330.

- Nguyen, D. T., Pham, V. T., Tran, D. M., & Pham, D. B. (2020). Impact Of Service Quality, Customer Satisfaction And Switching Costs On Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7, 395–405.
- Nurlina, Milasari, & Indah, D. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pengiriman Barang Pt. Citra Van Titipan Kilat Kota Langsa. *JURNAL SAMUDRA EKONOMIKA*, 3, 1-8.
- Padmanty, S., & Handayani, L. T. (2017). Pengaruh Atribut Produk, Gaya Hidup dan Celebrity Endorser terhadap Pembelian Smartphone di Surakarta. *University Research Colloquium*, 1, 185-190.
- Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rumah Makan Sfa Steak & Resto Karanganyar. *Surakarta Management Journal*, 3, 11-19.
- Silalahi, E. L., Butarbutar, M., Sihombing, Z., & Ginting, N. (2021). The Impact Of Price, Services, Quality Of Services And Products Toward Purchasing Decision Of Customers In Pt. Nusira Medan. *International Journal of Economics, Bussiness and Accounting Research (IJEBAR)*, 5, 551-565.
- Sinambela, E. A., & Mardikaningsih, R. (2022). Loyalitas Merek Milo Ditinjau dari Kualitas Produk dan Brand Image. *Jurnal Simki Economic*, 5, 155-164.
- Sugiyono. (2019). *"Statistika untuk Penelitian"*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sukmawati, B. S., & Setiawati, C. I. (2021). Analisis Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kemudahan Penggunaan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Shopee. *E-Proceeding Of Management*, 8, 3354-3363.
- Tjiptono. (2020). *Pemasaran Jasa*. Andi Offset: Yogyakarta.
- Wantara, P., & Tambrin, M. (2019). The Effect Of Price And Product Quality Towards Customer Satisfaction And Customer Loyalty On Madura Batik. *International Tourism and Hospitality Journal*, 2, 1-9.
- Wicaksono, S. Y. (2020). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiki Di Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 1-18.
- Widjaja, Y. R., & Rahmat, F. D. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Kampoeng Sawah Kabupaten Bandung. *Ekspansi*, 9, 71 – 95.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta: Indeks.

