

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA UMKM MAKANAN FRUCHAJU
DI KOTA SAMPIT**

Oleh
SUMIATI
223010302067

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar sarjana
Jurusan/Prodi Manajemen
Bidang Konsentrasi Pemasaran



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN/PRODI MANAJEMEN
2026**

**PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KONSUMEN PADA UMKM MAKANAN FRUCHAJU
DI KOTA SAMPIT**

Oleh
SUMIATI
223010302067

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar sarjana
Jurusan/Prodi Manajemen
Bidang Konsentrasi Pemasaran



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PALANGKA RAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN/PRODI MANAJEMEN
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM MAKANAN FRUCHAJU DI KOTA SAMPIT

Oleh:
Sumiati
223010302067

SKRIPSI

Untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen
Bidang Konsentrasi Manajemen Pemasaran

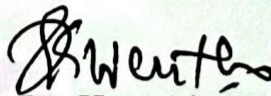
Palangka Raya, 29 Juli 2026

PEMBIMBING I



Dr. Meitiana, MM
NIP. 19660514 199203 2 002

PEMBIMBING II



Ina Karuehni, SE, M.Si
NIP. 19761122 200501 2 001

Mengetahui,



Dr. Sunaryo Neneng, S.E., M.P
NIP. 19650401 198703 1 007

Ketua Jurusan,



Dr. Vivy Kristinae, S.E, M.Si
NIP. 19840910 201504 2 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA UMKM MAKANAN FRUCHAJU DI KOTA SAMPIT

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Sumiati
NIM : 223010302067
Jurusan : Manajemen

Telah berhasil dipertahankan di depan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Palangka Raya.

DEWAN PENGUJI

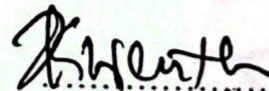
Nama Lengkap:

Tanda Tangan:

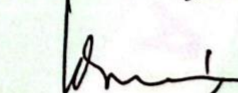
Pembimbing 1 : Dr. Meitiana, MM


.....

Pembimbing 2 : Ina Karuehni, SE, M.Si


.....

Penguji : Dra. Peridawaty, MM.


.....

Ditetapkan di : Palangka Raya

Tanggal : 28 Juli 2026

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan :

Karya tulis saya, ini, adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Palangka Raya maupun perguruan tinggi lainnya.

Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penilaian sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Tim Pembimbing.

Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh serta sanksi lainnya sesuai dengan Undang-undang Nomor 20 tahun 2003 Bab XX tentang sanksi karya ilmiah dan lain-lain yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Palangka Raya, Juli 2026

Membuat pernyataan,



Sumiati
Sumiati

223010302067

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada UMKM makanan Fruchaju di Kota Sampit. Variabel independen dalam penelitian ini adalah persepsi harga (X_1) dan kualitas produk (X_2), sedangkan variabel dependen adalah keputusan pembelian (Y).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah seluruh konsumen Fruchaju di Kota Sampit yang pernah melakukan pembelian dan berusia 20–40 tahun. Teknik pengambilan sampel menggunakan non-probability sampling dengan metode accidental sampling. Jumlah sampel yang digunakan sebanyak 105 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert. Analisis data dilakukan dengan bantuan program SPSS yang meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi (R^2).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t hitung sebesar 3,991 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kualitas produk juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung sebesar 5,390 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Secara simultan, persepsi harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F hitung sebesar 54,308 dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Hasil analisis regresi linear berganda menghasilkan persamaan $Y = 3,906 + 0,390X_1 + 0,453X_2$, yang menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan variabel yang memiliki pengaruh lebih dominan terhadap keputusan pembelian dibandingkan persepsi harga. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,516 menunjukkan bahwa 51,6% variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh persepsi harga dan kualitas produk, sedangkan sisanya sebesar 48,4% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, UMKM Fruchaju disarankan untuk mempertahankan strategi harga yang sesuai dengan kemampuan dan harapan konsumen serta terus meningkatkan kualitas produk agar dapat meningkatkan keputusan pembelian dan loyalitas pelanggan.

Kata Kunci: Persepsi Harga, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, UMKM, Fruchaju.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of price perception and product quality on consumer purchase decisions at Fruchaju Food MSME in Sampit City. The independent variables in this study are price perception (X_1) and product quality (X_2), while the dependent variable is purchase decision (Y).

This research employed a quantitative approach with an associative research design. The population consisted of consumers who had purchased Fruchaju products in Sampit City and were aged between 20 and 40 years. The sampling technique used was non-probability sampling with an accidental sampling method. A total of 105 respondents were selected as the research sample. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using SPSS software. The analytical methods included validity testing, reliability testing, classical assumption testing, multiple linear regression analysis, t-test, F-test, and coefficient of determination (R^2).

The results of the study indicate that price perception has a positive and significant effect on consumer purchase decisions, as evidenced by a t-value of 3.991 with a significance value of $0.000 < 0.05$. Product quality also has a positive and significant effect on purchase decisions, with a t-value of 5.390 and a significance value of $0.000 < 0.05$. Simultaneously, price perception and product quality significantly influence purchase decisions, as indicated by an F-value of 54.308 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The multiple linear regression analysis produced the equation $Y = 3.906 + 0.390X_1 + 0.453X_2$, showing that product quality is the most dominant variable affecting purchase decisions. The coefficient of determination (R^2) value of 0.516 indicates that 51.6% of the variation in purchase decisions can be explained by price perception and product quality, while the remaining 48.4% is influenced by other variables not examined in this study.

Based on these findings, Fruchaju is encouraged to maintain competitive pricing strategies and continuously improve product quality in order to enhance consumer purchase decisions and strengthen customer loyalty.

Keywords: Price Perception, Product Quality, Purchase Decision, MSME, Fruchaju.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Sumiati
Tempat Tanggal Lahir : Sampit, 28 Januari 2004
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Alamat : Jl. Perum Pandawa VII. T. NO. 485
No. Telp 087756173922
Email : desiliarisma@gmail.com

RIWAYAT PENDIDIKAN

2009 – 2010 Riwut Tarung UPTD (SKB)
2010 – 2016 SDN 7 Ketapang
2016 – 2019 Madrasah Tsanawiyah Negeri 1 KOTIM
2019 – 2022 SMAN 4 Sampit

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul *“Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada UMKM Makanan Fruchaju di Kota Sampit.”* Penyusunan proposal ini merupakan salah satu syarat dalam menempuh program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan/Prodi Manajemen, Universitas Palangka Raya.

Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, arahan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Salampak, M.S, selaku Rektor Universitas Palangka Raya.
2. Bapak Dr. Sunaryo N. Tuah, S.E., M.P., CHRA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya, atas legalitas dan kebijakan administratif yang memudahkan penyusunan proposal ini.
3. Dr. Vivy Kristinae, SE, M.Si, selaku Ketua Jurusan/Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya.
4. Dr. Meitiana, MM, selaku Pembimbing I yang telah memberikan arahan, bimbingan, dan masukan yang sangat berharga.
5. Ina Karuehni, SE, M.Si, selaku Pembimbing II yang dengan penuh kesabaran memberikan saran dan koreksi dalam penyusunan proposal ini.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Palangka Raya yang telah memberikan ilmu selama masa perkuliahan.

7. UMKM Fruchaju, yang telah memberikan kesempatan dan izin untuk melakukan penelitian.
8. Orang tua, keluarga, sahabat, dan rekan-rekan mahasiswa yang senantiasa memberikan doa, motivasi, dan dukungan moril selama proses penyusunan proposal ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan proposal ini dan penyusunan penelitian selanjutnya. Besar harapan penulis, semoga proposal ini dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan, baik dalam bidang akademik maupun praktis.

Palangka Raya, Februari 2026

Penulis,

SUMIATI
NIM. 223010302067

DAFTAR ISI

SAMPUL LUAR.....	i
SAMPUL DALAM	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Teoritis	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Kajian Teori.....	11
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	11
2.1.2 Pengertian Strategi Pemasaran	12
2.1.3 Persepsi Harga.....	13
2.1.4 Kualitas Produk	18
2.1.5 Keputusan Pembelian	21
2.2 Penelitian Terdahulu.....	26
2.3 Kerangka Konsep Penelitian	31
2.4 Pengembangan Hipotesis Penelitian.....	32
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	35
3.1.1 Jenis Penelitian	35
3.1.2 Sumber Data	35
3.1.3 Populasi Dan Sampel.....	37
3.2 Definisi Operasional Variabel	38

3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1 Kuesioner.....	40
3.3.2 Wawancara	41
3.3.3 Studi Literatur.....	41
3.4 Metode Analisis Data	42
3.4.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian	42
3.4.2 Uji Analisis Deskriptif.....	44
3.4.3 Uji Asumsi Klasik	45
3.4.4 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	47
3.4.5 Uji Analisis Koefisien Korelasi (R).....	47
3.4.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	49
3.4.7 Uji Hipotesis.....	50

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Sejarah Singkat Produk	55
4.2 Karakteristik Responden	56
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	57
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	58
4.3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Penelitian.....	58
4.3.1 Hasil Uji Validitas	58
4.3.2 Hasil Uji Reliabilitas Penelitian	60
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	60
4.3.4 Analisis Deskriptif Variabel	64
4.3.5 Analisis Regresi Linear Berganda	80
4.3.6 Uji Hipotesis.....	82
4.3.7 Uji Koefisien Determinasi	83
4.4 Pembahasan Hasil Penelitian.....	84

4.4.1 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Fruchaju di Sampit .	84
4.4.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fruchaju di Sampit.....	86
4.4.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Fruchaju di Sampit	87
4.5 Implikasi Hasil Penelitian.....	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	92
DAFTAR PUSTAKA	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	29
--------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	28
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	40
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	57
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	57
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan.....	58
Tabel 4. 6 uji validitas X1 Harga.....	59
Tabel 4. 7 Uji Validitas X2 Kualias produk.....	59
Tabel 4. 8 Uji Validitas Y Keputusan Pembelian.....	59
Tabel 4. 9 Uji Reliabilitas	60
Tabel 4. 10 Uji Normalitas	60
Tabel 4. 11 Uji Multikolinearitas	61
Tabel 4. 12 Uji Heterokedastisitas	62
Tabel 4. 13 Uji Linearitas	63
Tabel 4. 14 Kategori Jawaban Responden.....	64
Tabel 4. 15 Pernyataan X1.1 : Harga Fruchaju sesuai dengan kemampuan daya beli saya.....	65
Tabel 4. 16 Pernyataan X1.2 : Harga Fruchaju sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.	65
Tabel 4. 17 Pernyataan X1.3 : Harga Fruchaju kompetitif dibandingkan makanan sejenis dari merek lain.....	66
Tabel 4. 18 Pernyataan X1.4 : Harga Fruchaju sesuai dengan manfaat yang saya peroleh dari produk tersebut.....	67
Tabel 4. 19 Persepsi Responden Variabel X1 (Persepsi Harga)	67
Tabel 4. 20 Pernyataan X2.1 : Produk Fruchaju yang saya beli selalu dalam kondisi baik dan tidak rusak.	69
Tabel 4. 21 Pernyataan X2.2 : Rasa produk Fruchaju tidak berubah dan tetap segar saat dikonsumsi	70
Tabel 4. 22 Pernyataan X2.3 : Produk Fruchaju tidak basi atau terkontaminasi	70
Tabel 4. 23 Pernyataan X2.4 : Kemasan produk Fruchaju tidak bocor atau rusak.	71
Tabel 4. 24 Pernyataan X2.5 : Saya merasa aman mengonsumsi produk Fruchaju.	72
Tabel 4. 25 Persepsi Responden Variabel X2 (Kualitas Produk).....	73
Tabel 4. 26 Pernyataan Y.1 : Saya memilih Fruchaju karena sesuai dengan kebutuhan saya	74
Tabel 4. 27 Pernyataan Y.2 : Saya memutuskan membeli Fruchaju karena mereknnya lebih menarik dibandingkan merek makanan sejenis lainnya	75
Tabel 4. 28 Pernyataan Y.3 : Saya membeli Fruchaju karena lokasi atau tempat penjualannya mudah dijangkau.....	76
Tabel 4. 29 Pernyataan Y.4 : Saya membeli Fruchaju pada waktu yang saya anggap tepat sesuai dengan kebutuhan saya	76
Tabel 4. 30 Pernyataan Y.5 : Saya membeli Fruchaju dalam jumlah yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya	77
Tabel 4. 31 Persepsi Responden Variabel Y (Keputusan Pembelian)	78

Tabel 4. 32 Uji Analisis Regresi Linear Berganda	80
Tabel 4. 33 Uji F (Simultan).....	83
Tabel 4. 34 Uji Koefisien Determinasi	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner	97
Lampiran 2 Rekapitulasi Jawaban Responden Uji Instrumen.....	102
Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Terhadap Variabel X1 Persepsi Harga....	103
Lampiran 4 Rekapitulasi Karakteristik Responden	111
Lampiran 5 Hasil Frekuensi Karakteristik Responden.....	112
Lampiran 6 Hasil Frekuensi Jawaban Responden Terhadap Variabel Persepsi Harga (X1)	114
Lampiran 7 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian Terhadap Variabel Persepsi Harga (X1)	119
Lampiran 8 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Terhadap Variabel Persepsi Harga (X1)	122
Lampiran 9 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	123
Lampiran 10 T-tabel	124
Lampiran 11 F-tabel	126
Lampiran 12 Dokumentasi Pembagian Kuesioner	128

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, A. F., & Krisna. (2021). *Riset populer pemasaran jilid 1*. Media Sains Indonesia.
- Alma, B. (2018). *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Alfabeta.
- Andini, R., & Saputra, D. (2023). Pengaruh persepsi harga terhadap keputusan pembelian konsumen produk UMKM. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 5(2), 112–120.
- Anwar, I., & Satrio, B. (2015). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Showroom Maxim Housewares Grand City Mall Surabaya)*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.
- Arikunto, S. (2018). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik* (Edisi revisi). Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2017). *Metodologi penelitian kuantitatif: Komunikasi, ekonomi, dan kebijakan publik serta ilmu-ilmu sosial lainnya* (Edisi kedua). Kencana.
- Cahyadi, I. G. N. W., Mitariani, N. W. E., & Imbayani, I. G. A. (n.d.). *Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada air minum dalam kemasan Fontaqua di Badung Bali*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Mahasaraswati Denpasar.
- Creswell, J. W. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Didik, G. (2022). *Keputusan pembelian konsumen marketplace Shopee berbasis social media marketing* (B. Nasution, Ed.; Pertama). Tebing Tinggi: PT Inovasi Pratama Internasional.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 10(2), 132–135. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v10i21.114>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed.). Pearson Education.
- Handayani, S. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen UMKM kuliner. *Jurnal Ekonomi dan Pemasaran*, 4(3), 78–89.
- Haque, M. G. (2021). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada konsumen mobil Toyota Avanza di PT. Hadji Kalla Makassar*. Makassar: Universitas Muslim Indonesia.
- Harjadi, & Anriri, M. (2021). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi dalam dunia bisnis modern*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Kamil, A., & Arifin, M. (2025). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada UMKM Kerupuk Mekar Sari. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 9(1), 15–27.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Martono, N. (2016). *Metode penelitian sosial: Konsep-konsep kunci*. Rajawali Pers.

- Peter, J. P., & Olson, J. C. (2018). *Perilaku konsumen dan strategi pemasaran* (Edisi ke-11). Penerbit Salemba Empat.
- Putra, Y., & Lestari, S. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk makanan lokal. *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Kewirausahaan*, 3(2), 33–44.
- Sari, M., & Pratama, A. (2024). Pengaruh kualitas produk dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian pada Pabrik Tahu LA Sariwangi. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 10(1), 25–38.
- Sarwono, J. (2018). *Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif* (Edisi kedua). Suluh Media.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Perilaku konsumen* (Edisi ke-12). Penerbit Indeks.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: A skill-building approach* (7th ed.). Wiley.
- Stanton, W. J. (2012). *Fundamentals of marketing* (10th ed.). New York: McGraw-Hill.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran*. Andi.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan kombinasi (mixed methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Tambunan, T. T. H. (2019). *UMKM di Indonesia*. Ghalia Indonesia.
- Thadsyah, N. R., & Lumban Batu, R. (2022). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mobil Toyota Fortuner di Karawang*. Karawang: Universitas Singaperbangsa Karawang.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (4th ed.). Yogyakarta: Andi Offset.
- Yusuf, A. (2021). The influence of product innovation and brand image on customer purchase decision on Oppo smartphone products in South Tangerang City. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, 2(1), 472–481.