

**Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen
(Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi)**

Wirda Ardilla Siregar^{1*}, Yenni Arfah¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹

Email : wirdaardila1503@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of location, price and product diversity on consumer buying interest (a case study on traders at Gambir Traditional Market, Tebing Tinggi City). The research method used is a quantitative method using SPSS version 25.00. The results of distributing questionnaires to the public are 96 respondents. The analytical method used in this study is to use an instrument test, namely the validity and reliability test. The classical assumption test is normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination analysis (R²), hypothesis testing, namely T test and F test. The results of SPSS in this study, namely the location variable (X1) affect the interest variable buying (Y), Price Variable (X2) has no effect on buying interest (Y), Product Diversity (X3) has an effect on buying interest (Y) and Location (X1) is the most dominant variable affecting Buying interest (Y).

Keywords: Location, Price, Product Diversity, Purchase Interest

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Lokasi, Harga Dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pedagang Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi). Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan menggunakan bantuan SPSS versi 25.00 yang dikumpulkan dari hasil penyebaran kuisioner kepada masyarakat sebanyak 96 responden. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas. Uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolonearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi linier berganda, analisis koefisien determinasi (R²), uji hipotesis yaitu uji T dan uji F. Hasil dari SPSS dalam penelitian ini yaitu variabel Lokasi (X1) berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y), Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap variabel Minat Beli (Y), Keberagaman Produk (X3) berpengaruh terhadap Minat Beli (Y) dan Lokasi (X1) merupakan variabel yang paling dominan mempengaruhi Minat Beli (Y).

Kata Kunci: Lokasi, Harga, Keberagaman Produk, Minat Beli

PENDAHULUAN

Manusia dalam memenuhi kebutuhannya yang sudah berlangsung sejak manusia itu ada. Manusia memiliki beberapa kebutuhan dalam memenuhi kelangsungan hidup diantaranya memerlukan adanya pasar sebagai sarana pendukungnya dalam kebutuhan sehari-hari. Pasar telah dikenal masyarakat tempat bertemunya penjual dan pembeli yang menjadikan adanya pertukaran antara penjual dan pembeli, pasar juga dapat dibedakan menjadi dua jenis yaitu pasar tradisional dan pasar modern. Salah satu pasar tradisional tersebut ada di Kota Tebing Tinggi.

Pada umumnya pasar tradisional yang cukup diminati oleh sebagian besar masyarakat Kota Tebing Tinggi adalah Pasar Gambir, hal ini dikarenakan banyaknya komoditas yang ditawarkan masing – masing penjual yang dapat memenuhi kebutuhan masyarakat khususnya kebutuhan akan bahan pangan dan keberadaannya yang ada di pusat kota sehingga mudah dijangkau. Untuk menunjang kegiatan perekonomian pada Pasar Gambir, pemerintah turut berperan dengan membangun bangunan los pasar pada tahun 2003 sehingga para pedagang dapat berjualan dengan baik dan memberikan kenyamanan bagi para pembeli.

Minat beli muncul setelah adanya proses evaluasi alternative dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merk maupun minat menurut (Kotler dan Keller 2016). Minat beli juga merupakan keputusan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang atau jasa tersebut memiliki manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar menurut (Priansa, 2017).

Pedagang sebanyak 596 pedagang, jumlah pedagang pangan berjumlah 150 pedagang, jumlah los pasar berjumlah 196 pedagang, jumlah yang menggunakan los berjumlah 123 pedagang, jumlah los kosong berjumlah 73 pedagang dan jumlah pedagang tidak dapat los berjumlah 54 orang. Menurut (Latief, 2018) minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap obyek yang menunjukkan keinginan seseorang untuk melakukan pembelian akan suatu produk. Adapun yang dilakukan para pedagang Pasar Gambir Kota Tebing Tinggi untuk menarik minat beli konsumen untuk datang dan membeli berbagai macam produk yang sudah diujakan oleh pedagang, seperti daging, ikan, sayur-mayur, kacang-kacangan, buah dan lain-lain.

Selain lokasi, harga juga menjadi faktor penentu minat beli konsumen. Menurut (Asyiroh Khanifatul Aisy 2020) harga adalah sejumlah uang yang mampu dikorbankan konsumen untuk memperoleh suatu barang atau jasa yang akan dikonsumsi sehingga memberikan manfaat kepada pemakai barang atau jasa tersebut. seperti contohnya para pedagang Pasar Gambir memilih faktor strategi harga yang merupakan penilaian suatu konsumen, dalam hal ini para pedagang harus memberikan harga yang baik dengan menyesuaikan kebutuhan konsumen serta potongan harga yang menarik.

Menurut (Yogi Pramana Wijaya, 2018) Keberagaman Produk merupakan kumpulan dari semua produk atau barang tertentu yang ditawarkan oleh pedagang untuk penjual. Adapun yang dilakukan para pedagang Pasar Gambir Kota Tebing Tinggi untuk menarik perhatian para konsumen nya dengan cara menjual berbagai macam produk yang bermacam-macam jenisnya serta dengan kondisi produk yang baik dan segar untuk membuat para konsumen tidak bosan berbelanja di pasar ini.

Berdasarkan latar belakang tersebut, uraian teori dan hasil prasurvei peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi)”. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen studi kasus pada pasar tradisional Gambir kota Tebing Tinggi, untuk mengetahui harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen studi kasus pada pasar tradisional Gambir kota Tebing Tinggi, untuk mengetahui keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen studi kasus pada pasar tradisional Gambir kota Tebing Tinggi dan untuk mengetahui lokasi, harga dan keberagaman produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen studi kasus pada pasar tradisional Gambir kota Tebing Tinggi.

TINJAUAN PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Pengertian Manajemen Pemasaran menurut Kotler & Keller (2016), manajemen pemasaran adalah proses perencanaan dan pelaksanaan, pemikiran, penetapan harga promosi, serta penyaluran gagasan barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dalam organisasi. Sedangkan Pemasaran adalah suatu proses sosial yang didalamnya individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dari pihak lain.

Minat Beli

Minat beli muncul setelah adanya proses evaluasi alternative dan di dalam proses evaluasi, seseorang akan membuat suatu rangkaian pilihan mengenai produk yang hendak dibeli atas dasar merk maupun minat menurut (Kotler dan Keller 2016). Minat beli juga merupakan keputusan perhatian terhadap sesuatu yang disertai dengan perasaan senang terhadap barang atau jasa, kemudian minat individu tersebut menimbulkan keinginan sehingga timbul perasaan yang meyakinkan bahwa barang atau jasa tersebut memiliki manfaat sehingga individu ingin memiliki barang tersebut dengan cara membayar menurut (Priansa, 2017).

Lokasi

Menurut (Astika Pratiwi, 2016) lokasi merupakan letak toko atau pengecer pada Distribusi memiliki peranan yang sangat penting dalam membantu perusahaan guna memastikan peoduknya. Hal ini dikarenakan tujuan dari distribusi adalah menyediakan barang dan jasa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen pada waktu dan tempat yang tepat.

Harga

Menurut (Susanti dan Andayani, 2020), harga merupakan jumlah uang yang ditagihkan untuk suatu produk atau sejumlah nilai yang dipertukarkan konsumen untuk manfaat memiliki untuk menggunakan produk.

Keberagaman Produk

Menurut (Yogi Pramana Wijaya, 2018) Keberagaman Produk merupakan 87alua878787 dari semua produk atau barang tertentu yang ditawarkan oleh pedagang untuk penjual. Adapun yang dilakukan para pedagang Pasar Gambir Kota Tebing Tinggi untuk menarik perhatian para konsumen nya dengan cara menjual berbagai macam produk yang bermacam-macam jenisnya serta dengan kondisi produk yang baik dan segar untuk membuat para konsumen tidak bosan berbelanja di pasar ini.

METODE

Populasi dan Sampel

Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode probability sampling. Probability Sampling adalah cara pengambilan sampel yang tidak semua anggota populasi diberi kesempatan untuk di pilih sebagai sampel. Jenis probability sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah proportional sampling. Dalam penelitian ini peneliti mengambil sampel sebanyak 96 responden dari keseluruhan responden yang masuk berdasarkan perhitungan menggunakan rumus cochrane.

Defenisi Operasional Variabel

Defenisi operasional dalam penelitian ini yang diukur yaitu Minat Beli (Y) sebagai variabel terikat, Lokasi (X₁) dan Harga (X₂) dan Keberagaman Prorduk (X₃) sebagai variabel bebas.

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
Minat Beli (Y)	Minat beli adalah tahap kecendrungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar – benar dilaksanakan Kinnear dan Tailor dalam Astika Pratiwi (2016)	1. Minat transaksional 2. Minat refensial 3. Minat prefensial 4. Minat eksploratif Menurut 88alua8888 dan wahyuno (2016)	Skala Likert
Lokasi (X₁)	Lokasi merupakan gabungan atau keputusan atas saluran distribusi, dalam hal ini berhubungan dengan cara penyampaian jasa kepada konsumen dan 88alua88 lokasi yang strategis Lupiyoadi dalam Muhammad Mufti Ali (2021)	1. Lokasi yang dilalui banyak alat transportasi 2. Lokasi yang strategis 3. Memiliki tempat yang cukup luas Menurut Yogi Pramana Wijaya (2018)	Skala Likert
Harga (X₂)	Harga adalah jumlah uang (ditambah	1 . Keterjangkauan Harga	Skala Likert

Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran Skala
	beberapa barang 89alua mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya Swastha dalam Astika Pratiwi (2016)	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 3. Daya Saing Harga 4. Kesesuaian harga dengan manfaat Amalia dan asmara (2017)	
Keberagaman Produk (X₃)	Keragaman produk adalah keputusan tentang penempatan produk berkaitan dengan ketersediaan produk/keragaman produk dengan jumlah yang sesuai dan di lokasi yang sangat tepat Fure dalam Resty Dwi Yulianti (2018)	1. Daya tahan 2. Fitur 3. Reabilitas 4. Estetika 5. Kesan kualitas Amrullah, Pamasang, S. Siburian, Zainurossalamja, ZA (2016)	Skala Likert

Sumber : Data Diolah, 2023

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh poin pernyataan baik variabel Variabel X1, Variabel X2, Variabel X3 maupun Variabel Y memiliki nilai r hitung yang lebih besar dibandingkan nilai r tabel, hingga dapat disimpulkan jika seluruh pernyataan masing-masing variabel dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan uji reliabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*, semua variabel penelitian adalah reliabel/handal karena *Cronbach Alpha* lebih besar dari 0,6, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa alat pengukuran dalam penelitian ini telah memenuhi uji reliabilitas (*reliable* dan dapat dipakai sebagai alat ukur).

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Pengujian normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan dua metode, grafik dan statistik. Dari output dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (Monte Carlo Sig.) seluruh variabel sebesar 0,750. Jika signifikansi lebih dari 0,05, maka nilai residual tersebut telah normal, sehingga dapat disimpulkan jika seluruh variabel berdistribusi normal.

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk mengetahui apakah di dalam model regresi terdapat korelasi antar variabel independen. Uji multikolinieritas dalam penelitian ini dilihat dari nilai tolerance atau *variance inflation factor* (VIF).

Berdasarkan hasil pengolahan data dapat diketahui bahwa nilai *tolerance* dari variabel lokasi sebesar 0,699, variabel harga 0,965, variabel keberagaman produk 0,684 di mana semuanya lebih besar dari 0,10 sedangkan nilai VIF dari variabel lokasi sebesar 1,431, variabel harga sebesar 1,037, variabel keberagaman produk sebesar 1,462 di mana semuanya lebih kecil dari 10. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat dilihat bahwa nilai *tolerance* semua variabel bebas lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF semua variabel bebas juga lebih kecil dari 10 sehingga tidak terjadi gejala korelasi pada variabel bebas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak adanya gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dari model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadinya heteroskedastisitas. Salah satu cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas adalah dengan Glejser. Berdasarkan hasil pengolahan data, hasil uji glejser menunjukkan nilai signifikansi lokasi sebesar 0,352, harga sebesar 0,399, keberagaman produk sebesar 0,943 dimana ketiganya lebih besar dari 0,050 sehingga dapat disimpulkan jika tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Uji t (Parsial)

Uji statistik t disebut juga sebagai uji signifikansi individual. Uji ini menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji hipotesis parsial dilakukan pada setiap variabel independen, hasil pengolahan data terlihat pada Tabel 2 berikut ini :

Tabel 2. Uji Parsial (t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.198	1.715		1.865	.065
Lokasi	.774	.113	.549	6.875	.000
Harga	-.056	.072	-.052	-.770	.443
Keberagaman Produk	.228	.058	.318	3.935	.000

Sumber : Data diolah dari lampiran 4 (2023)

- a. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Lokasi (X1) Terhadap Variabel Minat Beli (Y)

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- 1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$
- 2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,875 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; 96-3 = 93)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(6,875) > t_{tabel}(1,985)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis pertama diterima, artinya Variabel Lokasi (X1) berpengaruh terhadap Variabel Minat Beli (Y) . Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Yogi Pramana Wijaya (2018) .

b. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Harga (X2) Terhadap Variabel Minat Beli (Y)

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- 1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$
- 2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0,770 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; 96-3 = 93)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(0,770) < t_{tabel}(1,985)$, dan nilai signifikansinya sebesar $0,443 > 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis kedua ditolak, artinya Variabel Harga (X2) tidak berpengaruh terhadap Variabel Minat Beli (Y). Hasil penelitian ini tidak sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Muhamad Mufti Ali (2021).

c. Uji Hipotesis Pengaruh Variabel Keberagaman Produk (X3) Terhadap Variabel Minat Beli (Y)

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut :

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- 1) Tolak hipotesis jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} > -t_{tabel}$ atau nilai Sig. $> 0,05$
- 2) Terima hipotesis jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ atau Sig. $< 0,05$

Dari tabel 2 diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,935 Dengan $\alpha = 5\%$, $t_{tabel}(5\%; 96-3 = 93)$ diperoleh nilai t_{tabel} sebesar 1,985 Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $t_{hitung}(3,935) > t_{tabel}(1,985)$, demikian pula dengan nilai signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel Keberagaman Produk (X3) berpengaruh terhadap Variabel Minat Beli (Y).

Uji F (Simultan)

Uji ini pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen yang dimasukkan dalam model ini mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Hasil uji F dapat dilihat dalam tabel 3 berikut :

Tabel 3. Hasil Uji Simultan (F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	341.329	3	113.776	44.111	.000 ^b
Residual	237.296	92	2.579		
Total	578.625	95			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Keberagaman Produk, Harga, Lokasi

Sumber: Data diolah dari lampiran 4 (2023)

Bentuk pengujian hipotesis berdasarkan statistik dapat dijabarkan sebagai berikut:

Kriteria Pengambilan Keputusan :

- a) Hipotesis diterima jika nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $Sig. < 0,05$.
- b) Hipotesis ditolak jika nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ atau $Sig. > 0,05$.

dari tabel 3. diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 44, 111 Dengan $\alpha = 5\%$, dk pembilang : k, dk penyebut : $96-3-1=92$ (5% ; 3; 92) diperoleh nilai F_{tabel} sebesar 3,10. Dari uraian tersebut dapat diketahui bahwa $F_{hitung} (44,111) > F_{tabel} (3,10)$, dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis ketiga diterima, artinya Variabel Lokasi (X1), Variabel Harga (X2) dan Variabel Keberagaman Produk (X3) berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap Variabel Minat Beli (Y). Hasil penelitian ini sesuai dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Astika Pratiwi (2016), Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk terhadap Minat Beli pada Pasar Tradisional Agrosari Wonosari.

KESIMPULAN

Penelitian ini mencoba untuk menjawab tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui Pengaruh Lokasi, Harga dan Keberagaman Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Pada Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi). Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dan analisis jalur menunjukkan bahwa : Hipotesis pertama diterima, artinya variabel lokasi berpengaruh terhadap variabel minat beli pada Pedagang Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi, Hipotesis kedua ditolak, artinya variabel harga tidak berpengaruh terhadap variabel minat beli pada Pedagang Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi, Hipotesis ketiga diterima, artinya variabel keberagaman produk berpengaruh terhadap variabel minat beli pada Pedagang Pasar Tradisional Gambir Kota Tebing Tinggi. Berdasarkan hasil uji F yang diperoleh dari nilai F_{hitung} sebesar 44,111 yang lebih besar dari nilai F_{tabel} 3,10 atau tingkat signifikansi 0,05. Artinya hipotesis 3 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara bersama-sama (simultan) Variabel X1 (Lokasi), Variabel X2 (Harga), dan Variabel X3 (Keberagaman Produk) terhadap Variabel Y (Minat Beli).

REFERENSI

- Andhini, Nisa Fitri. 2017. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Generasi Milenial Di Pasar Tradisional Sukodono." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Antia Lopa. 2019. "PENGARUH LOKASI DAN PROMOSI PENJUALAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MORNING BREAD BANDUNG (Survei Pada Konsumen Morning Bread Bandung)." : 16–45.
- Ardyan, Elia, and Stiven Gunawan. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mark.on.Id." *Performa* 6(2): 104–13.
- Boyatzis, Annie. 2018. "Fungsi Pemasaran Di Dalam Dunia Bisnis." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Corniawan, Dony Hendrix. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan (Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen Wijsoen Coffee Container Jalan Uler Kambang Ponogoro." : 10–37. [http://eprints.umpo.ac.id/4084/3/BAB II.pdf](http://eprints.umpo.ac.id/4084/3/BAB%20II.pdf).
- Feiko Revoliady Robin. 2018. "Pengaruh Inovasi Produk, Gaya Hidup Dan Citra Merek Terhadap Proses Keputusan Pembelian Dan Implikasinya Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen Mobil Datsun Go Dan Go+ Di Dealer PT. Indomobil Nissan Datsun Bandung)." *jurnal Fakultas Ekonomi dan Bisnis Unpas Bandung*. 2(1): 30–80.
- Fitria. 2013. "Pengaruh Persepsi Kualitas Pelayanan, Brand Image, Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Harga, Pengaruh, Kualitas Produk, and Lokasi Dan. 2021. "(STUDI KASUS PADA KONSUMEN WARUNG MAKAN GUDEG PAK BIMA PURWOKERTO) Oleh : MUHAMAD MUFTI ALI NIM . 1522201060 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM."
- Hermawan. 2018. "Variabel Dependen Dan Independen." *Journal of Chemical Information and Modeling* 53(9): 1689–99.
- Keysha, Al. 2019. "Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerima Pajak." : 20–36.
- Lestari, Putri. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Kepercayaan Konsumen Teh Botol Sosro (Online)." *Skripsi* 53(9): 1689–99. <http://repository.unpas.ac.id/30183/> (diakses 1 April 2021).
- M.Sesaria. 2020. "Bab Ii Kajian Pustaka Bab Ii Kajian Pustaka 2.1." *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1* (2004): 6–25.
- Nur, Wahyunita. 2019. "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Ekspres Cabang Alauddin Makassar." *Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar*: 81.
- Pratiwi, Astika. 2016. "Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Keragaman Produk Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pasar Tradisional Argosari Wonosari." *Skripsi*: 82.

- Sari, Novi Kurnia. 2019. "Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Minat Beli Ulang Pada Cafe Sawah Pujon Malang." *Jurnal Ilmu Manajemen* 53(9): 1689–99.
- Shahnaz, and Wahyuno. 2016. "Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Di Toko Online. *Management Analysis Journal* ISSN 2252-6552." : 8–20.
- Sugiyono. 2017. "Pengaruh Profitabilitas Dan Non Debt Tax Shield Terhadap Struktur Modal Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Selama Periode Tahun 2011-2015." "Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu." Dalam 1(2): 47–71.
- Sumarto, Lola Monica, Donni Juniprianisa, and Ati Mustikasari. 2020. "Jurnal Manajemen Pemasaran , Universitas Telkom , Juli 2020 . | 2." e-proceeding of Aplpied Science 6(2): 823–30.
- Wijaya, Yoga Pramana. 2018. "Pengaruh Lokasi, Keragaman Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Konsumen Minimarket Indomaret Di Jabodetabek." : 1–111.
- Windiwati, Gabi. 2019. "GAJAH MADA KWADUNGAN KABUPATEN KEDIRI Oleh : Dibimbing Oleh : PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI (FE) UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2019."
- Wulandari, Djihan Ayu, and Tri Indra Wijaksana. 2021. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Masyarakat (UMKM Tahu Di Desa Sambong)." e-Proceeding of Management Volume 8,(5): 6093.
- Cahyadi, L. and Cahyadi, W. (2023) 'The influence of transactional leadership style and transformational on organizational commitment with compensation as a moderating variable', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 9(2), p. 845. doi:10.29210/020231736.
- Cahyadi, W., Aswita, D. and Ningsih, T.Z. (2022) 'Analysis of The Development of Non-Cognitive Assessment Instrument to Support Online History Learning in Jambi City High School', *AL-ISHLAH: Jurnal Pendidikan*, 14(3), pp. 3265–3274. doi:10.35445/alishlah.v14i3.2044.
- Candrasa, L. and Cen, C.C. (2022) 'The Effect Of Teacher Teaching, Learning Methods And Students Perceptions On The Student's Learning Achievement In Medan City', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 449–456. doi:10.29210/020221737.
- Sinaga, E.M. (2022) 'The Influence Of Price On Purchase Decision With Quality Of Service As Intervening Variable (Case Study On Customer Outlet Distributor Of XL AXIATA Products PT. Akses Lintas Nusantara Kota Tebing Tinggi)', *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)*, 8(4), pp. 125–133. doi:10.29210/020221734.