

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP PENJUALAN DI TOKO BAJU AL BANA MOJOSARI

¹**Nadgirotul Maghfiroh** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: maghfiroh112@gmail.com

²**Sudiah Hestianah** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: sudiahhestianah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

³**Siti Khusnul Rofiah** (Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Darul Falah Mojokerto)
E-mail: sitikhusnulrofiah@stiedarulfalahmojokerto.ac.id

Kata Kunci: kinerja keuangan, rasio likuiditas, rasio solvabilitas, rasio profitabilitas, laporan keuangan

Keywords: *financial performance, liquidity ratio, solvency ratio, profitability ratio, financial statements*

Received : 05 November 2022

Revised : 06 November 2022

Accepted: 18 November 2022

©2022The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Attribution 4.0 International](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kinerja keuangan Toko Baju Al Bana Mojosari pada periode 2021–2022 menggunakan pendekatan analisis rasio keuangan. Analisis dilakukan untuk menilai kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dan jangka panjang serta efektivitas perusahaan dalam menghasilkan laba. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kuantitatif dengan memanfaatkan data sekunder berupa laporan keuangan yang meliputi neraca dan laporan laba rugi selama periode penelitian. Teknik analisis data menggunakan rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio likuiditas berada pada kondisi yang cukup baik sehingga usaha mampu memenuhi kewajiban jangka pendeknya. Rasio solvabilitas menunjukkan struktur permodalan yang relatif aman dengan tingkat penggunaan utang yang masih terkendali. Sementara itu, rasio profitabilitas mengalami peningkatan pada tahun 2022 yang menandakan adanya perbaikan kinerja operasional dan kemampuan usaha dalam menghasilkan laba. Secara keseluruhan, kinerja keuangan Toko Baju Al Bana Mojosari berada dalam kondisi sehat dan menunjukkan perkembangan positif dari tahun ke tahun. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan efektivitas pengelolaan keuangan serta sebagai referensi bagi penelitian selanjutnya.

ABSTRACT

This study aims to analyze the financial performance of Al Bana Mojosari Clothing Store in the 2021–

2022 period using a financial ratio analysis approach. The analysis was conducted to assess the business's ability to meet its short-term and long-term obligations and the company's effectiveness in generating profits. The research method used was a quantitative descriptive method using secondary data in the form of financial statements, including balance sheets and income statements during the research period. Data analysis techniques used liquidity ratios, solvency ratios, and profitability ratios. The results showed that the liquidity ratio was in fairly good condition, enabling the business to meet its short-term obligations. The solvency ratio indicated a relatively safe capital structure with a controlled level of debt. Meanwhile, the profitability ratio increased in 2022, indicating an improvement in operational performance and the business's ability to generate profits. Overall, the financial performance of Al Bana Mojosari Clothing Store is in a healthy condition and shows positive development from year to year. The results of this study are expected to be used as evaluation material for business actors in improving the effectiveness of financial management and as a reference for further research.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan dunia usaha yang semakin kompetitif menuntut setiap pelaku bisnis untuk mampu memahami perilaku konsumen secara tepat. Persaingan yang ketat, khususnya pada sektor ritel, mendorong perusahaan untuk menyusun strategi pemasaran yang efektif agar mampu mempertahankan keberlangsungan usaha dan meningkatkan penjualan. Konsumen saat ini memiliki banyak alternatif pilihan produk, sehingga keputusan pembelian tidak lagi hanya dipengaruhi oleh kebutuhan, tetapi juga oleh pertimbangan nilai yang dirasakan dari suatu produk (Swastha, 2010).

Industri ritel pakaian merupakan salah satu sektor yang menghadapi tingkat persaingan tinggi. Produk pakaian memiliki karakteristik tren yang cepat berubah dan mudah tergantikan oleh produk sejenis. Kondisi tersebut menyebabkan konsumen menjadi semakin selektif dalam memilih produk, terutama dalam mempertimbangkan harga dan kualitas. Harga berperan sebagai indikator keterjangkauan yang secara langsung berkaitan dengan daya beli konsumen. Harga yang tidak sesuai dengan persepsi nilai dapat menurunkan minat beli dan berdampak pada penurunan penjualan (Mulyadi, 2022).

Selain harga, kualitas produk menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen. Kualitas produk mencerminkan kemampuan suatu barang dalam memenuhi harapan konsumen, baik dari segi bahan, kenyamanan, desain, maupun daya tahan. Produk dengan kualitas yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan dan mendorong pembelian ulang. Putri et al. (2021) menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan dan perilaku pembelian konsumen. Dengan demikian, kualitas produk menjadi salah satu penentu utama dalam peningkatan penjualan usaha ritel.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Aprileny et al. (2020) menemukan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Penelitian lain oleh Wibowo dan Rusminah (2021) juga menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga secara simultan memengaruhi keputusan pembelian. Namun, hasil penelitian tersebut umumnya menempatkan keputusan pembelian sebagai variabel dependen, sementara

kajian yang secara langsung mengaitkan harga dan kualitas produk terhadap penjualan masih relatif terbatas, khususnya pada usaha ritel pakaian skala lokal. Toko Baju Al Bana Mojosari merupakan salah satu usaha ritel yang menghadapi persaingan ketat dari toko sejenis maupun penjualan daring. Fluktuasi tingkat penjualan yang terjadi menunjukkan perlunya evaluasi terhadap faktor-faktor pemasaran yang memengaruhi perilaku konsumen. Perbedaan persepsi konsumen terhadap harga dan kualitas produk menjadi tantangan bagi pengelola toko dalam menentukan strategi pemasaran yang tepat dan berkelanjutan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan kualitas produk terhadap penjualan di Toko Baju Al Bana Mojosari. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dalam pengembangan kajian manajemen pemasaran, khususnya terkait faktor-faktor yang memengaruhi penjualan ritel. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi pelaku usaha dalam menetapkan kebijakan harga dan pengelolaan kualitas produk guna meningkatkan daya saing dan kinerja penjualan.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan studi kasus. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menggambarkan dan menjelaskan kondisi kinerja keuangan usaha berdasarkan data laporan keuangan yang tersedia secara sistematis dan objektif. Metode studi kasus dipilih karena penelitian difokuskan pada satu objek tertentu sehingga memungkinkan analisis dilakukan secara lebih mendalam sesuai dengan karakteristik usaha yang diteliti. Objek penelitian ini adalah Toko Baju Al Bana Mojosari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis kinerja keuangan usaha melalui perhitungan rasio keuangan selama dua periode akuntansi.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif, yaitu data berupa angka-angka yang terdapat dalam laporan keuangan. Data kuantitatif dipilih karena dapat diukur secara matematis dan dianalisis menggunakan teknik analisis keuangan. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari dokumen resmi Toko Baju Al Bana Mojosari, berupa laporan posisi keuangan (neraca) dan laporan laba rugi untuk periode tahun 2021 dan 2022.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode dokumentasi, yaitu dengan cara mengumpulkan dan mempelajari laporan keuangan yang berkaitan dengan penelitian. Data yang telah diperoleh kemudian dicatat, diklasifikasikan, dan disusun sesuai dengan kebutuhan analisis, meliputi data aset lancar, kewajiban lancar, total aset, total kewajiban, modal usaha, penjualan, serta laba bersih selama periode penelitian.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis rasio keuangan. Analisis rasio keuangan digunakan untuk menilai kinerja keuangan usaha dengan membandingkan pos-pos tertentu dalam laporan keuangan sehingga dapat memberikan gambaran kondisi keuangan secara

menyeluruh. Rasio keuangan yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi rasio likuiditas, rasio solvabilitas, dan rasio profitabilitas.

Rasio likuiditas digunakan untuk mengetahui kemampuan Toko Baju Al Bana Mojosari dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya, yang diukur melalui current ratio dan quick ratio. Rasio solvabilitas digunakan untuk menilai kemampuan usaha dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang, yang diukur melalui debt to asset ratio dan debt to equity ratio. Sementara itu, rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasional, yang dianalisis melalui net profit margin, return on assets, dan return on equity.

Hasil perhitungan masing-masing rasio keuangan selanjutnya dibandingkan antara tahun 2021 dan 2022. Perbandingan ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan, perubahan, serta kecenderungan kinerja keuangan Toko Baju Al Bana Mojosari dari tahun ke tahun. Hasil analisis tersebut digunakan sebagai dasar dalam menarik kesimpulan mengenai kondisi keuangan usaha serta sebagai bahan evaluasi bagi pemilik usaha dalam pengambilan keputusan manajerial di masa mendatang.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Analisis Rasio Likuiditas

Rasio likuiditas digunakan untuk mengetahui kemampuan Toko Baju Al Bana Mojosari dalam memenuhi kewajiban jangka pendeknya dengan menggunakan aset lancar yang dimiliki. Semakin tinggi nilai rasio likuiditas, maka semakin baik kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban lancar tepat waktu.

Tabel 1. Rasio Likuiditas Toko Baju Al Bana Mojosari Tahun 2021–2022

Jenis Rasio	2021	2022	Perubahan (%)
Current Ratio	215%	248%	+33%
Quick Ratio	168%	201%	+33%
Cash Ratio	92%	110%	+18%

Berdasarkan hasil perhitungan rasio likuiditas pada Toko Baju Al Bana Mojosari, dapat diketahui bahwa kondisi likuiditas usaha mengalami peningkatan dari tahun 2021 ke tahun 2022. Nilai current ratio meningkat dari 215% menjadi 248%, yang menunjukkan bahwa aset lancar yang dimiliki mampu menutupi kewajiban jangka pendek lebih dari dua kali lipat. Hal ini mengindikasikan posisi keuangan usaha berada dalam kondisi aman.

Quick ratio juga mengalami peningkatan dari 168% menjadi 201%, yang menunjukkan bahwa tanpa memperhitungkan persediaan, usaha masih memiliki kemampuan yang sangat baik dalam memenuhi kewajiban lancarnya. Peningkatan ini mencerminkan perbaikan pengelolaan piutang dan kas usaha.

Sementara itu, cash ratio meningkat dari 92% menjadi 110%, yang berarti kas dan setara kas pada tahun 2022 sudah mampu menutup seluruh kewajiban

jangka pendek. Secara keseluruhan, hasil analisis rasio likuiditas menunjukkan bahwa Toko Baju Al Bana Mojosari berada dalam kondisi likuid dan memiliki kemampuan yang baik dalam menjaga stabilitas keuangan jangka pendek.

2. Analisis Rasio Solvabilitas

Rasio solvabilitas digunakan untuk menilai kemampuan usaha dalam memenuhi seluruh kewajibannya, baik jangka pendek maupun jangka panjang. Rasio ini juga menggambarkan struktur pendanaan usaha serta tingkat ketergantungan terhadap utang.

Tabel 2. Rasio Solvabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari Tahun 2021–2022

Jenis Rasio	2021	2022	Perubahan (%)
Debt to Asset Ratio (DAR)	38%	34%	-4%
Debt to Equity Ratio (DER)	61%	52%	-9%

Hasil analisis menunjukkan bahwa rasio solvabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari mengalami perbaikan pada tahun 2022. Debt to Asset Ratio menurun dari 38% menjadi 34%, yang berarti proporsi aset yang dibiayai oleh utang semakin kecil. Penurunan ini menunjukkan peningkatan kemampuan usaha dalam membiayai aset menggunakan modal sendiri.

Debt to Equity Ratio juga mengalami penurunan dari 61% menjadi 52%. Hal ini mengindikasikan bahwa ketergantungan usaha terhadap dana pinjaman semakin berkurang dan struktur permodalan menjadi lebih sehat. Dengan rasio tersebut, tingkat risiko keuangan usaha tergolong rendah dan masih berada pada batas aman.

Secara keseluruhan, hasil analisis rasio solvabilitas menunjukkan bahwa Toko Baju Al Bana Mojosari memiliki kemampuan yang baik dalam memenuhi kewajiban jangka panjangnya serta tidak berada pada kondisi risiko keuangan yang tinggi.

3. Analisis Rasio Profitabilitas

Rasio profitabilitas digunakan untuk mengukur kemampuan usaha dalam menghasilkan laba dari aktivitas operasionalnya. Rasio ini mencerminkan tingkat efisiensi pengelolaan aset dan modal dalam menciptakan keuntungan.

Tabel 3. Rasio Profitabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari Tahun 2021–2022

Jenis Rasio	2021	2022	Perubahan (%)
Net Profit Margin (NPM)	18,6%	24,3%	+5,7%
Return on Assets (ROA)	14,2%	19,8%	+5,6%
Return on Equity (ROE)	22,5%	29,6%	+7,1%

Berdasarkan hasil perhitungan rasio profitabilitas, Toko Baju Al Bana Mojosari menunjukkan peningkatan kinerja yang signifikan pada tahun 2022. Net Profit Margin meningkat dari 18,6% menjadi 24,3%, yang berarti setiap penjualan mampu menghasilkan laba bersih yang lebih besar dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini menunjukkan efisiensi biaya operasional dan pengelolaan harga jual yang semakin baik.

Return on Assets meningkat dari 14,2% menjadi 19,8%, yang mengindikasikan bahwa aset yang dimiliki usaha semakin optimal dalam menghasilkan keuntungan. Hal ini menunjukkan peningkatan efektivitas pemanfaatan aset usaha dalam mendukung kegiatan operasional.

Return on Equity juga mengalami peningkatan dari 22,5% menjadi 29,6%. Kenaikan ini menunjukkan bahwa modal pemilik mampu menghasilkan tingkat pengembalian yang lebih tinggi pada tahun 2022. Dengan demikian, kinerja profitabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari dapat dikategorikan baik dan mengalami perkembangan positif dari tahun ke tahun.

Pembahasan

1. Pembahasan Kinerja Likuiditas

Hasil analisis menunjukkan bahwa rasio likuiditas Toko Baju Al Bana Mojosari pada periode 2021-2022 berada dalam kondisi yang baik dan mengalami peningkatan. Current ratio, quick ratio, dan cash ratio yang meningkat menggambarkan kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendek secara tepat waktu. Kondisi ini menunjukkan bahwa pengelolaan aset lancar telah dilakukan secara efektif sehingga risiko gagal bayar dapat diminimalkan.

Likuiditas yang baik menjadi faktor penting dalam menjaga kelangsungan usaha, terutama pada sektor ritel yang memiliki perputaran kas harian. Kemampuan usaha dalam menjaga kecukupan kas dan aset lancar akan meningkatkan kepercayaan pihak internal maupun eksternal. Hal ini sejalan dengan pendapat Swastha (2010) yang menyatakan bahwa stabilitas keuangan jangka pendek merupakan dasar penting dalam keberlangsungan aktivitas operasional perusahaan.

Peningkatan rasio likuiditas pada tahun 2022 juga mengindikasikan adanya perbaikan dalam pengelolaan modal kerja. Usaha mampu mengatur persediaan, piutang, dan kas secara lebih efisien dibandingkan tahun sebelumnya. Kondisi ini memberikan fleksibilitas bagi pemilik usaha dalam menjalankan aktivitas penjualan dan pembelian barang dagang secara berkelanjutan.

2. Pembahasan Kinerja Solvabilitas

Berdasarkan hasil penelitian, rasio solvabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari menunjukkan tren yang semakin sehat. Penurunan debt to asset ratio dan debt to equity ratio pada tahun 2022 mencerminkan semakin kecilnya ketergantungan usaha terhadap pendanaan berbasis utang. Hal ini menunjukkan bahwa struktur permodalan usaha cenderung stabil dan aman dari risiko keuangan jangka panjang.

Struktur modal yang sehat berperan penting dalam menjaga keberlangsungan usaha, terutama dalam menghadapi ketidakpastian kondisi ekonomi. Usaha dengan tingkat utang yang rendah memiliki risiko keuangan yang lebih kecil dan mampu bertahan dalam kondisi pasar yang fluktuatif. Kondisi ini sejalan dengan pandangan Darmawan et al. (2022) yang menyatakan

bahwa pengelolaan struktur biaya dan modal yang tepat akan berdampak pada stabilitas dan kepuasan pemangku kepentingan.

Penurunan rasio solvabilitas juga menunjukkan bahwa peningkatan aset dan modal berasal dari hasil operasional usaha, bukan dari tambahan pinjaman. Dengan demikian, Toko Baju Al Bana Mojosari berada pada posisi keuangan yang cukup kuat untuk mendukung pengembangan usaha di masa mendatang.

3. Pembahasan Kinerja Profitabilitas

Hasil analisis profitabilitas menunjukkan adanya peningkatan kemampuan Toko Baju Al Bana Mojosari dalam menghasilkan laba pada tahun 2022. Kenaikan nilai net profit margin, return on assets, dan return on equity mencerminkan peningkatan efisiensi operasional serta pengelolaan aset dan modal yang lebih optimal.

Peningkatan laba usaha tidak terlepas dari kemampuan pelaku usaha dalam mengelola harga jual, biaya operasional, serta strategi pemasaran yang tepat. Harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dapat meningkatkan volume penjualan dan berdampak langsung pada peningkatan keuntungan. Hal ini sejalan dengan penelitian Mulyadi (2022) yang menyatakan bahwa penetapan harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dan kinerja usaha.

Selain faktor harga, kualitas produk dan pelayanan juga berperan penting dalam menciptakan keuntungan jangka panjang. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan sehingga mendorong pembelian ulang. Temuan ini sejalan dengan Putri et al. (2021) yang menegaskan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan.

4. Implikasi Kinerja Keuangan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Kinerja keuangan yang baik memberikan dampak tidak langsung terhadap keputusan pembelian konsumen. Usaha yang memiliki kondisi keuangan stabil cenderung mampu menyediakan produk secara konsisten, menjaga kualitas pelayanan, serta melakukan promosi secara berkelanjutan. Faktor-faktor tersebut menjadi pertimbangan penting bagi konsumen dalam menentukan keputusan pembelian.

Promosi dan strategi pemasaran memiliki peran besar dalam meningkatkan minat beli konsumen. Aktivitas promosi yang dilakukan secara tepat dapat meningkatkan daya tarik produk dan memperluas jangkauan pasar. Hal ini sejalan dengan penelitian Made dan Dana (2022) yang menyatakan bahwa periklanan dan promosi penjualan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Selain promosi, faktor lokasi dan persepsi harga juga turut memengaruhi keputusan pembelian. Lokasi yang mudah dijangkau serta harga yang dianggap sesuai dengan kualitas produk akan meningkatkan minat beli konsumen. Temuan ini mendukung hasil penelitian Senggetang et al. (2019) dan Wibowo dan Rusminah (2021) yang menyatakan bahwa lokasi, harga, dan kualitas produk merupakan faktor utama dalam keputusan pembelian.

5. Peran Strategi Pemasaran dalam Mendukung Kinerja Usaha

Strategi pemasaran yang tepat dapat memperkuat kinerja keuangan usaha secara keseluruhan. Pemanfaatan media promosi, baik secara langsung maupun digital, mampu meningkatkan volume penjualan dan memperluas segmentasi pasar. Penerapan pemasaran digital menjadi salah satu strategi yang relevan pada sektor ritel saat ini.

Pemasaran digital memberikan kemudahan bagi pelaku usaha untuk berinteraksi dengan konsumen secara lebih luas dan efisien. Hal ini sejalan dengan penelitian Mewoh et al. (2019) yang menyatakan bahwa digital marketing berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen, terutama pada usaha ritel.

Dengan meningkatnya efektivitas strategi pemasaran, maka kinerja keuangan usaha akan semakin membaik. Kondisi ini tercermin pada peningkatan profitabilitas Toko Baju Al Bana Mojosari pada tahun 2022, yang menunjukkan bahwa pengelolaan operasional dan pemasaran telah berjalan secara sinergis.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis kinerja keuangan Toko Baju Al Bana Mojosari periode 2021–2022, dapat disimpulkan bahwa kondisi keuangan usaha berada pada kategori cukup sehat dan menunjukkan perkembangan yang positif. Rasio likuiditas menunjukkan kemampuan usaha dalam memenuhi kewajiban jangka pendek dengan baik, sementara rasio solvabilitas mencerminkan struktur permodalan yang relatif aman dengan tingkat ketergantungan terhadap utang yang rendah. Selain itu, rasio profitabilitas mengalami peningkatan pada tahun 2022 yang menandakan adanya perbaikan dalam pengelolaan operasional serta kemampuan usaha dalam menghasilkan laba secara optimal.

Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan kinerja keuangan tidak terlepas dari pengelolaan harga yang tepat, kualitas produk yang terjaga, serta strategi pemasaran yang efektif. Kombinasi antara pengendalian biaya, penetapan harga yang kompetitif, dan peningkatan pelayanan kepada konsumen berkontribusi terhadap pertumbuhan penjualan dan keuntungan usaha. Dengan demikian, analisis rasio keuangan dapat dijadikan sebagai alat evaluasi yang penting bagi pelaku usaha dalam menilai efektivitas pengelolaan keuangan dan mendukung pengambilan keputusan bisnis.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Toko Baju Al Bana Mojosari mempertahankan stabilitas likuiditas serta terus meningkatkan efisiensi biaya operasional untuk menjaga profitabilitas usaha. Pelaku usaha juga disarankan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang lebih inovatif, termasuk pemanfaatan media digital, guna meningkatkan daya saing dan memperluas pangsa pasar. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti promosi, kepuasan pelanggan, atau loyalitas konsumen, serta memperluas periode pengamatan agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif dan memiliki tingkat generalisasi yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh citra merek, kualitas pelayanan dan kepercayaan konsumen terhadap keputusan pembelian indihome di witel telkom depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. <http://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/JURNALMANAJEMEN>
- Aprileny, I., Imalia, I., & Emarawati, J. A. (2020). Pengaruh Harga, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ikraith Ekonomika*, 4(3), 243–252. <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2409>
- Darmawan, D., Promosi Penjualan, P., Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, D., Manajemen, J., Kewirausahaan, dan, Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan, D., & Sunan Giri Surabaya, U. (2022). eISSN 2807-7237 Rico Ilham Sutrisno, Didit Darmawan. 2(1), 1–12.
- Made, I., & Dana. (2022). Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perumahan Griya Puspendari Asri Tanjungpinang. 84.
- Mewoh, F., Tampi, J., & Mukuan, D. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Departement Store Manado Town Square. *Administrasi Bisnis*, 9(1).
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahmat, B., Narimawati, U., Afandi, A., Priadana, S., & Erlangga, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Strategi Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen OTO Bento. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 5(4), 1118–1122. <https://doi.org/10.54371/jiip.v4i5.533>
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado (The Influence Of Location, Promotion And Price Perception To Consumer Purchase On Kawanua Emerald City Manado Housing). *Jurnal EMBA*, 7(1), 881–890. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/22916>
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Krema Koffie. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 5(1), 1–15. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/34362/32290>
- Susilawati, W., & Nugraha, D. A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Ritel Dan Atmosfir Gerai Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Minimarket Yomart Wanaraja 2 Garut. *Jurnal Wacana Ekonomi*, 15(02), 009–019. www.jurnal.uniga.ac.id
- Swastha, B. (2010). Pengantar Bisnis Modern (3rd ed.). Liberty Yogyakarta.

- Wibowo, M. F. R., & Rusminah, R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Coffe Shop Komunal. *Distribusi - Journal of Management and Business*, 9(2), 119-136. <https://doi.org/10.29303/distribusi.v9i2.155>