

# **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROKOK SAMPOERNA A MILD DI SURABAYA SELATAN**

**Ahmad Faizal Basri**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

*e-mail:* [faizalbasri70@gmail.com](mailto:faizalbasri70@gmail.com)

*PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk is a leading kretek cigarette manufacturer in Indonesia, producing popular brands such as Sampoerna Kretek, Sampoerna A Mild, and Dji Sam Soe. This research aims to evaluate the influence of product quality and price on purchasing decisions for Sampoerna A Mild cigarettes in South Surabaya, both individually and simultaneously. This research uses a quantitative analysis method with primary data collected through an online questionnaire from 52 respondents who have purchased cigarettes. Data analysis involved validity, reliability, multiple linear regression, *t* test, *F* test, and coefficient of determination ( $R^2$ ) tests using SPSS. The *t* test results show that product quality has no significant effect on purchasing decisions, with the calculated *t* value being smaller than the *t* table and significance greater than 0.05. On the other hand, price shows a significant influence, with the calculated *t* value greater than the *t* table and significance below 0.05. The *F* test shows that product quality and price together have a significant influence on purchasing decisions, with calculated *F* greater than *F* table and significance below 0.05.*

**Keywords:** *Product Quality; Price; Buying decision*

## **ABSTRAK (11 pt Bold)**

PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk adalah produsen rokok kretek terkemuka di Indonesia yang menghasilkan merek-merek populer seperti Sampoerna Kretek, Sampoerna A Mild, dan Dji Sam Soe. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian Rokok Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan, baik secara individu maupun bersamaan. Penelitian ini menggunakan metode analisis kuantitatif dengan data primer yang dikumpulkan melalui kuesioner online dari 52 responden yang pernah membeli rokok tersebut. Analisis data melibatkan uji validitas, reliabilitas, regresi linier berganda, uji *t*, uji *F*, dan uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) menggunakan SPSS. Hasil uji *t* menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan nilai *t* hitung lebih kecil dari *t* tabel dan signifikansi lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, harga menunjukkan pengaruh signifikan, dengan nilai *t* hitung lebih besar dari *t* tabel dan signifikansi di bawah 0,05. Uji *F* menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, dengan *F* hitung lebih besar dari *F* tabel dan signifikansi di bawah 0,05.

**Kata kunci:** *Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian*

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang pesat mendorong pertumbuhan bisnis yang signifikan, termasuk di industri rokok. Di tengah banyaknya pilihan produk, konsumen harus lebih cerdas dan kompetitif. Persaingan antara produsen semakin ketat dalam merebut perhatian konsumen, sementara rokok tetap menjadi produk yang banyak dikonsumsi dan tersedia di berbagai tempat. Sesuai Peraturan Pemerintah No. 109 tahun 2012, rokok didefinisikan sebagai tembakau yang dikonsumsi dengan cara dibakar dan mengandung tar serta nikotin.

PT. Hanjaya Mandala Sampoerna Tbk, produsen rokok kretek terkemuka di Indonesia, memastikan kualitas tinggi dengan kontrol ketat pada setiap tahap produksi. Merek andalannya, seperti Sampoerna A Mild yang telah dijual sejak 1989, disukai karena rasanya yang ringan. Pada penelitian yang dilakukan oleh Suwardi dan Berliana (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Serupa dengan penelitian yang dilakukan oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020) menemukan bahwa kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan berkisar antara Rp. 22.000 hingga Rp. 23.000 untuk 12 batang dan Rp. 29.000 hingga Rp. 31.000 untuk 16 batang, dengan kenaikan harga akibat biaya cukai dan bahan baku. Harga mempengaruhi keuntungan perusahaan, harga terlalu tinggi bisa menurunkan penjualan, sedangkan harga terlalu rendah dapat mengurangi keuntungan. PT. HM Sampoerna harus menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen terhadap kualitas produk untuk tetap bersaing. Pada penelitian yang dilakukan Azmi dan Yuliana et al. (2022) menunjukkan harga tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen biasanya mencari informasi melalui iklan dan media massa sebelum memutuskan untuk membeli.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna A Mild Di Surabaya Selatan” dengan tujuan sebagai berikut :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna A Mild di Surabaya Selatan.
2. Mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian rokok sampoerna A Mild di Surabaya Selatan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Pemasaran

Menurut Gunawan (2015), pemasaran mencakup semua aktivitas yang bertujuan untuk mengoptimalkan aliran produk atau jasa dari produsen ke konsumen dengan cara paling efisien, untuk menciptakan permintaan yang efektif. Kotler (2010) mendefinisikan pemasaran sebagai proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk serta nilai.

Menurut Stanton (1996), pemasaran melibatkan serangkaian aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan pembeli dan calon pembeli. Sementara itu, menurut Lamb dkk. (2001), pemasaran mencakup perencanaan dan penerapan konsep, penetapan harga, promosi, serta pertukaran ide, produk, dan layanan untuk mencapai tujuan individu dan organisasi.

Dari definisi tersebut, Pemasaran melibatkan lebih dari sekadar penjualan; ia mencakup perencanaan, penetapan harga, promosi, dan distribusi untuk memenuhi kebutuhan pasar serta mempengaruhi konsumen agar membeli produk. Pemahaman perilaku konsumen sangat penting bagi manajer pemasaran.

### Kualitas Produk

Menurut Kotler (2009), produk adalah segala sesuatu yang dapat dijual di pasar untuk dilihat, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi, guna memenuhi kebutuhan atau keinginan seseorang. Kotler dan Gary dalam Rico (2018) menjelaskan bahwa kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen, baik yang tersurat maupun tersirat. Kualitas produk mencerminkan upaya untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan sesuai dengan standar kualitas yang telah ditetapkan.

Kualitas produk merujuk pada kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya, termasuk keandalan, daya tahan, akurasi, kemudahan penggunaan, perbaikan, dan karakteristik lainnya yang bernilai (Kotler dan Armstrong, 2010).

Indikator kualitas produk meliputi:

- a) Fitur,
- b) Persepsi kualitas,
- c) Daya tahan,
- d) Keandalan,
- e) Desain.

### **Harga**

Menurut Lupiyadi (2011), strategi penetapan harga sangat penting karena memberikan nilai kepada konsumen, mempengaruhi citra produk, dan berperan dalam keputusan pembelian konsumen. Menurut Kotler (2012), metode penetapan harga melibatkan menentukan harga akhir dengan mempertimbangkan faktor-faktor termasuk harga psikologis, di mana konsumen melihat harga sebagai indikator kualitas. Strategi ini bertujuan menetapkan norma harga untuk staf penjualan, menarik konsumen, dan meningkatkan keuntungan bisnis.

Menurut Tjiptono (2012), harga adalah nilai mata uang atau ukuran lain yang dipertukarkan untuk kepemilikan atau penggunaan barang atau jasa, sesuai dengan konsep pertukaran dalam pemasaran. Harga barang atau jasa menentukan permintaan pasar dan merupakan faktor penting bagi konsumen saat membeli. Jika konsumen merasa harga yang ditawarkan sesuai, mereka cenderung membeli produk yang sama lagi. Dalam teori ekonomi, harga dalam pasar yang kompetitif ditentukan oleh keseimbangan antara permintaan dan penawaran.

Menurut Fure (2013:276), indikator untuk mengukur harga meliputi:

- a) Harga sesuai dengan manfaat,
- b) Persepsi harga dan manfaat,
- c) Keterjangkauan harga barang,
- d) Persaingan harga,
- e) Kesesuaian harga dengan kualitas.

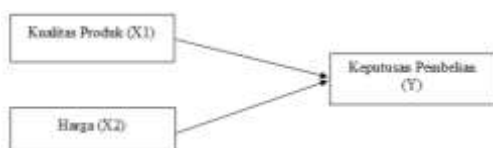
### **Keputusan Pembelian**

Keputusan konsumen adalah proses yang dilakukan oleh setiap individu ketika mereka memutuskan untuk membeli sesuatu. Keputusan ini merupakan bagian dari perilaku konsumen yang mengacu pada tindakan fisik nyata. Menurut Kotler dan Keller (dalam Tjiptono, 2012:193), keputusan pembelian adalah tahap di mana konsumen benar-benar memutuskan untuk membeli sebuah produk.

Surmawan (2010:289) menjelaskan bahwa keputusan pembelian adalah tingkat keinginan konsumen untuk membeli atau tidak suatu produk, yang dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti kualitas, harga, dan reputasi produk. Kotler dan Keller (2009) dalam Purwanti (2015) menyebutkan indikator keputusan pembelian meliputi:

- a) Keteguhan pada produk tertentu,
- b) Kebiasaan membeli produk,
- c) Rekomendasi kepada orang lain,
- d) Pembelian berulang.

### **Kerangka Model Analisis**



## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen rokok merek Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan. Pemilihan sampel dilakukan dengan teknik non-probabilitas, menggunakan metode purposive sampling, di mana sampel dipilih secara sengaja. Peneliti menetapkan sampel berdasarkan pertimbangan dan kriteria tertentu, seperti:

- a. Laki-laki yang telah mengonsumsi rokok Sampoerna A Mild selama minimal 1 tahun.
- b. Responden berusia 18 tahun ke atas, karena dianggap mampu memberikan opini secara objektif.

Dalam penelitian ini, data dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden melalui tautan Google Form. Penyebaran kuesioner berlangsung selama 11 hari. Responden yang berhak mengisi harus memenuhi karakteristik yang ditetapkan oleh peneliti. Total responden yang memenuhi kriteria dan dapat dianalisis adalah sebanyak 52 orang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

**Tabel 1. Hasil Uji Validitas**

Variabel	Item	Pearson Correlation	Signifikan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,852	0,000	Valid
	X1.2	0,882	0,000	Valid
	X1.3	0,845	0,000	Valid
	X1.4	0,866	0,000	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,916	0,000	Valid
	X2.2	0,951	0,000	Valid
	X2.3	0,908	0,000	Valid
	X2.4	0,824	0,000	Valid
Keputusan pembelian (Y)	Y1.1	0,872	0,000	Valid
	Y1.2	0,895	0,000	Valid
	Y1.3	0,872	0,000	Valid
	Y1.4	0,906	0,000	Valid

Dari tabel 4.9, dapat disimpulkan bahwa nilai signifikansi untuk setiap item pertanyaan dari variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) lebih kecil dari 0,5. Oleh karena itu, semua item pertanyaan dari masing-masing indikator dianggap valid.

### Uji Realibilitas

**Tabel 2. Hasil Uji Realibilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,884	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,922	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,907	0,6	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach alpha untuk setiap kuesioner pada semua faktor > 0,6. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kuesioner pada setiap faktor dianggap teruji dan terbukti.

## Analisis Regresi Linier Berganda

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.094	1.459		2.806	.007
	Total X1	-.249	.156	-.236	-1.589	.118
	Total X2	1.025	.148	1.028	6.913	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui tingkat signifikansi sebagai berikut:

- Variabel X1 memiliki nilai signifikansi  $0,118 > 0,05$ , sehingga variabel X1 tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.
- Variabel X2 memiliki nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ , sehingga variabel X2 berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.

### Uji T

**Tabel 4. Hasil Uji T**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.094	1.459		2.806	.007
	Total X1	-.249	.156	-.236	-1.589	.118
	Total X2	1.025	.148	1.028	6.913	.000

a. Dependent Variable: Total Y

Pada tabel diatas menjelaskan bahwa hasil uji t untuk variabel-variabel dalam penelitian ini, dengan nilai t tabel sebesar 2,009 ( $\alpha/2$ ;  $n-k-1 = 0,025$ ; 49). Berdasarkan hasil pengujian, berikut penjelasannya:

1. Kualitas Produk (X1): Nilai t hitung adalah -1,589, yang lebih kecil dari t tabel (2,009) dengan tingkat signifikansi 0,118 (lebih besar dari 0,05). Oleh karena itu, Ho diterima dan Ha ditolak, menunjukkan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, hipotesis pertama yang menyatakan bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh pada keputusan pembelian Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan tidak terbukti.
2. Harga (X2): Nilai t hitung adalah 6,913, yang lebih besar dari t tabel (2,009) dengan tingkat signifikansi 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Oleh karena itu, Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, hipotesis kedua yang menyatakan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Surabaya Selatan terbukti kebenarannya.

### Uji F

**Tabel 5. Hasil Uji T**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	401.578	2	200.789	57.036	.000 <sup>b</sup>
	Residual	172.498	49	3.520		
	Total	574.077	51			

a. Dependent Variable: Total Y  
b. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1

Berdasarkan tabel 4.3, hasil uji F menunjukkan bahwa nilai F hitung adalah 57,036, sedangkan nilai F tabel adalah 2,734 ( $df1 = 2$  dan  $df2 = 49$ ). Nilai signifikansi uji F adalah 0,000 dengan  $\alpha$  (alpha) sebesar 0,05. Karena F hitung (57,036) lebih besar dari F tabel (2,734) dan signifikansi uji F (0,000) lebih kecil dari  $\alpha$  (0,05), maka Ho ditolak dan Ha diterima. Ini membuktikan bahwa variabel independen, yaitu Kualitas Produk dan Harga, secara bersama-sama memiliki pengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan.

## Kefisien Determinasi

**Tabel 6. Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836a	.700	.687	1.876
a. Predictors: (Constant), Total X2, Total X1				

Nilai R sebesar 0,836 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara kedua variabel penelitian dengan variabel terikat. Sementara itu, nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,700 mengindikasikan bahwa kedua variabel tersebut berkontribusi sebesar 70,0% terhadap (Y), sedangkan sisanya 30,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model analisis.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji t atau uji independen) yang telah dilakukan terbukti bahwa Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan. Oleh karena itu, hipotesis H1 ditolak. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kualitas produk bukanlah faktor utama dalam keputusan pembelian, terutama karena responden yang lebih muda cenderung lebih mengutamakan tren dan harga dibandingkan kualitas produk. Ini tidak sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh Sutisna (2002:26) dalam Marlius dan Kesy (2021), yang menyatakan bahwa pemahaman konsumen tentang kualitas produk dapat menjadi dasar dalam proses keputusan pembelian. Selain itu, pernyataan dalam kuesioner tentang penampilan rokok, selera, rasa, dan daya tahan produk belum tentu mendorong konsumen untuk membeli.

Hasil penelitian ini memperkuat penelitian sebelumnya oleh Nadiya dan Wahyuningsih (2020) yang menemukan bahwa kualitas produk, harga, dan citra merek tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian fashion 3Second di marketplace.

### Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan uji hipotesis (uji t atau uji independen) menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan. Konsumen memiliki persepsi bahwa semakin tinggi harga suatu produk, semakin tinggi pula kualitasnya. Hal ini didukung oleh hasil kuesioner yang menunjukkan persetujuan responden bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya oleh Suwardi dan Berliana (2022), yang juga menemukan bahwa harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian produk sepatu Vans.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna A Mild di Surabaya Selatan, berikut kesimpulannya:

1. Kualitas Produk: Hasil uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk memiliki regresi negatif dengan nilai t hitung  $-1,589 < t$  tabel  $2,009$ , yang berarti Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis pertama tidak terbukti.
2. Harga: Hasil uji t menunjukkan bahwa Harga memiliki regresi positif dengan nilai t hitung  $6,913 > t$  tabel  $2,009$ , yang berarti Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis kedua diterima.
3. Kualitas Produk dan Harga (uji F): Hasil uji F menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama memiliki regresi positif dengan nilai F hitung  $57,036 > F$  tabel  $3,187$ , yang berarti keduanya berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hipotesis ketiga diterima.

## SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan, berikut adalah saran yang dapat diberikan:

### 1. Bagi Perusahaan:

- a. Perusahaan Rokok Sampoerna A Mild perlu menyeimbangkan kualitas produk mereka dengan pesaing, bahkan sebaiknya melampaui kualitas produk perusahaan lain yang memproduksi barang serupa. Perusahaan juga harus memperhatikan kualitas produk yang dijual untuk menghindari kerugian akibat kehilangan konsumen karena kualitas produk yang buruk.
- b. Saat menetapkan harga, perusahaan Rokok Sampoerna A Mild harus selalu menyesuaikan dengan kualitas produk, karena nilai harga suatu produk sangat bergantung pada mutu produk tersebut.

### 2. Bagi Peneliti Selanjutnya:

Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk memperluas populasi dan menambahkan variabel lain selain Kualitas Produk dan Harga, seperti Promosi, Citra Merek, dan Kualitas Kemasan, untuk meningkatkan keputusan pembelian Rokok Sampoerna A Mild. Diharapkan penelitian mendatang menghasilkan pencapaian yang lebih baik.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agatha, Maria, M.Pd, 2018. Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Batik Baronng Gung Tulungagung. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Vol. 3, No. 2*. STKIP PGRI Tulungagung.
- Al-haddad, Muhammad Saddam dan Sri Emawatir, 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rokok Sampoerna A Mild. *Journal Scientific of Mandalika (JSM), Vol. 2 No. 3*. Program studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima.
- Anwar, Iful dan Budhi Satrio, 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, Vol. 4, No. 12*. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Arianto, Nurmin dan Giovanni, 2020. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Vol. 3, No. 2*. Universitas Pamulang.
- Auladi, Sairul, 2021. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi Di Maju Hardware Madiun. *Skripsi. Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Ponorogo*.
- Azmi, Nurul dan Anfasha Bahtiar Yusuf, 2022. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Gudang Garam Signature. *Jurnal of Management and Economics Research, Vol. 1, No. 1*. Ekonomi, Manajemen, Universitas Gunadarma.
- Hakim, Yusuf Rahman Al, 2017. Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Sampoerna A Mild. *Jurnal Agrimas, Vol. 1, No. 1* [Tampilan PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK SAMPOERNA A MILD \(unimas.ac.id\)](#)
- Laporan Tahunan Sampoerna (2022). Diakses pada tanggal 18 Mei 2024. Diambil dari [Beranda | Sampoerna - ID](#)
- Mt, Hasanawi dan Syifa Iramita Imsyar, 2022. Pengaruh Promosi, Preferensi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Obat Betadine Solution Pada PT. Dos Ni Roha Kota Bandung. *JEMBA, Vol. 1, No. 6*. Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Nusantara.
- Nadiya, Farisa Hasna dan Susanti Wahyuningsih, 2020. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace. (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang). *Prosiding Seminar*

*Nasional Unimus*, Vol. 3. STIE Pelita Nusantara, Semarang.  
<https://prosiding.unimus.ac.id/index.php/semnas/article/view/686>

- Novananda, Berliana Isra, Agus Suyatno, dan Rina Yulia Puspa, 2021. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Studi Pada Masyarakat Wonogiri. *SEMINAR NASIONAL & CALL FOR PAPER*. Program Studi Manajemen, Fakultas Hukum dan Bisnis Universitas Duta Bangsa Surakarta. [View of Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Android Studi Pada Masyarakat Wonogiri \(udb.ac.id\)](#)
- Nuryadi, Astuti, T. D., Utami, E. S., & Budiantara, M., 2017. Buku Ajar Dasar-dasar Statistik Penelitian. In *Sibuku Media*. [https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/6667/1/Buku-Ajar\\_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf](https://eprints.mercubuana-yogya.ac.id/id/eprint/6667/1/Buku-Ajar_Dasar-Dasar-Statistik-Penelitian.pdf)
- Prihatini, Chanifah Widha dan Drs. Muhammad Edwar, M.S, 2016. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga Vol. 4, No. 3*. Universitas Negeri Surabaya.
- Putra, Giardo Permadi, Zainul Arifin, dan Sunarti, 2017. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dan Dampaknya terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) Vol. 48, No.1*. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya.
- Putri Phobai Mahenta, 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Rokok Sampoerna A Mild Di Kota Kediri. *Jurnal Simki-Economic Vol. 01, No. 10*. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sari, Rissa Mustika dan Prihartono, 2021. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi) Vol. 5, No. 3*. Politeknik Piksi Ganesha, Bandung.
- Sugiarto, Lutfi, 2017. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Xiaomi Redmi Note 2 Di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi
- Suwardi dan ravika Berliana, 2022. Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Jukim, Vol. 1, No. 5*. Universitas Gunadarma.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Principles of Marketing* (16th Global Edition).
- WordPress, (2014). PT. HM Sampoerna Tbk. Diakses pada tanggal 18 Mei 2024. Diambil dari [Visi.Misi | PT HM SAMPOERNA Tbk \(wordpress.com\)](#)