

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Futsal Pada Topscore Depok

Nurul Choirunnisa

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email : Chrnsaaa21@gmail.com

Rani Kurniasari

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

Email : rani.bsijakarta@gmail.com

Abstract. *This study aims to test and analyze the effect of product quality and service quality on the decision to purchase futsal shoes on the Depok Topscore. The technique for determining the number of samples taken as respondents in this study was by using the Slovin formula, so it can be seen that the sample of this study was 85 respondents. The sampling method used in this study was a random sample method and data collection techniques by distributing questionnaires. Data processing in this study uses the IBM SPSS version 25 program to calculate the validity test and reliability test, classical assumption test, multiple regression test and hypothesis test. The test results show that product quality and service quality have a positive and significant impact on consumer purchasing decisions for futsal shoes on the Depok Topscore..*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Purchase Decision.*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok. Teknik penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin, maka dapat diketahui bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *random sampel* serta teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program IBM SPSS versi 25 untuk menghitung Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda dan Uji Hipotesis. Hasil pengujian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen sepatu futsal pada Topscore Depok.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

LATAR BELAKANG

Dalam era ini sepatu merupakan kebutuhan *Fashion* dalam masyarakat. Permintaan dan referensi pelanggan dilihat sebagai kemungkinan oleh produksi sepatu untuk mengembangkan produk baru. Sebelum mengembangkan produk baru, kesempatan ini juga di jadikan acuan

Received Juli 30, 2023; Revised Agustus 10, 2023; Accepted September 01, 2023

* Nurul Choirunnisa, Chrnsaaa21@gmail.com

utama. Inovasi dan kreativitas dalam desain dan warna digunakan sebagai kriteria untuk bersaing dengan produk pesaing dan menarik pelanggan saat memutuskan untuk melakukan pembelian.

Kualitas produk sangat penting untuk dapat menarik minat konsumen terhadap produk yang ditawarkan, karena pada dasarnya setiap orang yang akan membeli suatu produk ataupun menggunakan produk jasa ingin memperoleh kualitas yang baik. Kualitas produk sendiri sangat penting untuk dipertimbangkan perusahaan dalam artian selalu mementingkan atau meningkatkan kualitas supaya konsumen tidak merasa rugi atau menyesal telah membeli produk yang telah perusahaan produksi. Karena dengan adanya kualitas yang baik akan menarik minat konsumen baru ataupun konsumen yang pernah membeli akan melakukan pembelian ulang sehingga dengan semakin banyaknya pelanggan akan semakin perkembangannya perusahaan karena tujuan mereka untuk mendapat laba kemungkinan besar akan berlangsung.

Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen merupakan salah satu indikator yang menentukan keputusan pembelian konsumen terhadap apa yang diberikan oleh perusahaan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen baik, maka akan membuat konsumen beranggapan perusahaan telah profesional dalam memberikan pelayanannya. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan dari ekspektasi dengan kinerja.

Selain itu, keputusan pembelian konsumen memainkan peran penting dalam pengembangan bisnis karena meningkatkan kemungkinan bahwa bisnis akan menghasilkan uang dan menarik bisnis yang berulang. Dengan semakin banyaknya pelanggan yang membeli suatu produk, maka perusahaan akan semakin dikenal dan pelanggan akan semakin setia terhadap merek tersebut. Ini hanyalah salah satu cara agar keputusan pembelian dapat membantu bisnis. Korporasi dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barangnya dengan berbagai cara, seperti dengan menawarkan standar tertinggi dari produk itu sendiri.

Seperti Topscore Depok yang memasarkan sepatu yang berkualitas dan terpercaya yang menjual sepatu berbagai macam jenis salah satunya adalah sepatu futsal merek Specs semakin diminati dan dipasarkan oleh Topscore berkat varian model yang disesuaikan dengan model menarik dan modern dengan kombinasi warna menarik yang melengkapi tampilan sepatu agar pengguna merasa nyaman dan tampil lebih percaya diri saat tampil di lapangan.

Berdasarkan uraian di atas, fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan ini akan menambah Keputusan pembelian

konsumen pada produk sepatu Topscore Depok. Untuk itu penelitian mengambil judul tentang “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Sepatu Futsal Pada Topscore Depok”.

KAJIAN TEORITIS

Kualitas Produk

Menurut (Rahmayanti et al., 2020) Kualitas Produk yaitu Kemampuan produk untuk melakukan tugas-tugas seperti daya tahan yang luar biasa, efektivitas pengoperasian dan perbaikan, serta komponen berharga lainnya. Kualitas suatu produk dapat ditingkatkan dengan menggunakan program TQM (*Total Quality Management*).

Kotler dan Armstrong dalam (Rahmayanti et al., 2020) mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen sebagian dipengaruhi oleh kualitas produk, oleh karena itu kualitas produk sering diperhitungkan saat membuat keputusan pembelian. Konsumen bersedia membayar harga barang yang cukup tinggi asalkan kualitasnya terjamin.

Indikator kualitas produk menurut Aditya Hangga Supangkat dalam (Ristanto et al., 2021) adalah sebagai berikut :

1. Daya tahan.
2. Estetika.
3. Kualitas yang dipersepsikan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Sudarso dalam (Rozi & Khuzaini, 2021) Kualitas pelayanan adalah tindakan yang pada dasarnya tidak berwujud yang ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain dan menghasilkan kepemilikan atas sesuatu. Dalam situasi ini, pelanggan lebih cenderung memilih bisnis yang dapat menawarkan layanan berkualitas tinggi.

Menurut Suryani dalam (Mahira et al., 2021) Kualitas Pelayanan adalah kapasitas untuk menciptakan dan mengirimkan produk berupa barang atau jasa yang memenuhi harapan pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka. “Kemampuan suatu produk atau layanan untuk memuaskan kebutuhan pelanggan disebut sebagai kualitas layanan.”(Erinawati & Syafarudin, 2021)

Menurut Parasuraman dan Valerie “ada beberapa indikator kualitas pelayanan yang menjadi acuan” (Ena et al., 2020), diantaranya adalah:

1. *Responsiveness* (ketanggapan)
2. *Reliability* (keandalan)

3. *Empathy* (empati)
4. *Assurance* (jaminan)
5. *Tangibles* (bukti)

Keputusan Pembelian

Menurut (Nasution & Lesmana, 2018) keputusan pembelian adalah memilih antara dua atau lebih pilihan potensial. Keputusan tentang bentuk produk, keputusan tentang merek, keputusan tentang jumlah produk, keputusan tentang penjual, keputusan tentang kapan membeli, dan keputusan tentang metode pembayaran adalah beberapa contoh dari proses pengambilan keputusan ini.

Pada kenyataannya, keputusan seseorang untuk membeli sangat dipengaruhi oleh kepribadian, usia, profesi, dan keadaan ekonomi. Perilaku konsumen menentukan keputusan untuk melakukan pembelian, ini sebagai menurut Kotler & Armstrong dalam (Suyanto et al., 2021) menjelaskan bahwa tahapan proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam menentukan tindakan pembelian, yaitu tindakan yang dilakukan oleh seseorang secara langsung untuk mendapatkan dan menggunakan barang/jasa yang disarankan oleh perusahaan.

Indikator keputusan pembelian menurut Jackson Weenas dalam (Ristanto et al., 2021) adalah sebagai berikut :

1. Kemantapan pada produk
2. Memberikan rekomendasi kepada orang lain
3. Melakukan pembelian ulang

Hipotesis

Peneliti mengembangkan hipotesis asosiatif (hubungan) berdasarkan bagaimana masalah telah dirumuskan dan teori yang telah dibahas, yang kemudian diuji sebagai berikut.:

- H₁ : Kualitas produk berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok
- H₀₁ : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok
- H₂ : Kualitas pelayanan berdampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok
- H₀₂ : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok
- H₃ : Kualitas produk dan kualitas pelayanan berdampak secara simultan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok

H0₃ : Diduga tidak terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik penentuan jumlah sampel yang diambil sebagian

responden pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan rumus Slovin, maka dapat diketahui bahwa sampel penelitian ini adalah sebanyak 85 responden. Metode penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *random sampel* serta teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner. Pengolahan data dalam penelitian ini dengan menggunakan program IBM SPSS versi 25 untuk mengitung Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi Berganda dan Uji Hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Signifikasi	r tabel
Kualitas Produk (X1)	.000	.213
Kualitas Pelayanan (X2)	.000	.213
Keputusan Pembelian (Y)	.000	.213

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 1. hasil uji validitas bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian diketahui seluruh butir-butir pertanyaan dinyatakan valid dengan nilai signifikan $0,000 < 0,005$

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Batasan	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,898	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,882	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,873	0,60	Reliabel

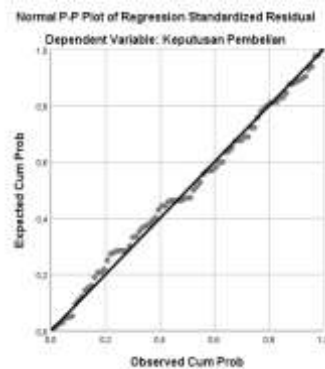
Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 2. hasil uji reliabilitas bahwa masing-masing variabel penelitian dinyatakan reliabel karena memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Gambar 1. Hasil Normalitas Probability Plot



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan gambar 1 diatas, hasil output uji normal probability plot diketahui titik-titik pada grafik plot normal tersebar di antara garis diagonal dan bergerak searah garis diagonal. Maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolonieritas

Tabel 3. Multikolonieritas

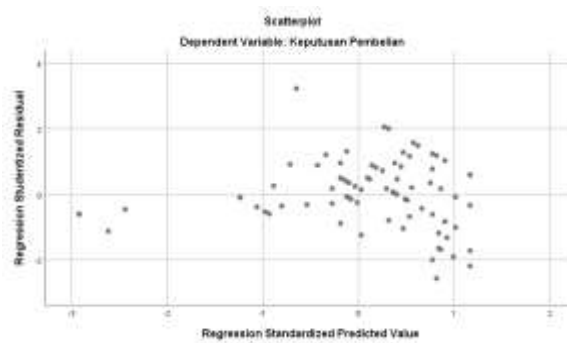
Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	6,166	2,599		2,372	,020		
Kualitas Produk	,311	,093	,337	3,352	,001	,327	3,058
Kualitas Pelayanan	,540	,098	,555	5,521	,000	,327	3,058

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 3 hasil diatas, dapat dilihat dari nilai VIF semua variabel independen berada di bawah 10 yaitu sebesar 3,058 dan nilai toleransi setiap variabel > 0,10 yaitu sebesar 0,327. Dapat disimpulkan bahwa variabel independen terbebas dari multikolonieritas atau tidak terjadi multikolonieritas.

3. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan gambar 2 diatas, terlihat titik-titik tersebar secara acak baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi Heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan pengujian.

4. Uji Linearitas

Tabel 4. Hasil Uji Linearitas

			ANOVA Table				
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	200,318	11	18,211	,670	,762
		Linearity	1,853	1	1,853	,068	,795
		Deviation from Linearity	198,465	10	19,847	,730	,694
Within Groups			1984,694	73	27,188		
Total			2185,012	84			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 4 diatas, bahwa hasil uji linearitas diketahui sig. Deviantion from linearty sebesar $0,694 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

Tabel 5. Hasil Uji Linearitas

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	224,019	9	24,891	,952	,486
		Linearity	25,271	1	25,271	,967	,329
		Deviation from Linearity	198,748	8	24,843	,950	,481
	Within Groups		1960,992	75	26,147		
Total			2185,012	84			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 5 diatas, bahwa hasil uji linearitas diketahui sig. Deviantion from linearty sebsar 0,481 > 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,166	2,599		2,372	,020
	Kualitas Produk	,311	,093	,337	3,352	,001
	Kualitas Pelayanan	,540	,098	,555	5,521	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

$$Y = 6,166 + 0,311 X1 + 0,540 X2$$

Berdasarkan tabel 6 diketahui nilai koefisien regresi variabel kualitas produk 0,311 dan kualitas pelayanan 0,540 menunjukkan bahwa kedua variabel berdampak positif terhadap keputusan pembelian.

Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Secara Parsial (Uji t)

a. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 7. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,655	2,795		4,170	,000
	Kualitas Produk	,730	,062	,793	11,839	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 7 hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X1 terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung $11,839 > t$ tabel 1,98896 hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis H₁ yang di ajukan diterima. Artinya jika kualitas produk sepatu futsal pada Topscore Depok semakin meningkat maka semakin besar pula keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang di lakukan oleh (Ristanto et al., 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 8. Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8,012	2,692		2,976	,004
	Kualitas Pelayanan	,810	,059	,832	13,647	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 8 hasil uji statistik pada uji t, diketahui nilai sig. Untuk pengaruh X2 terhadap Y adalah $0,000 < 0,05$ dan ilai t hitung $13,647 > t$ tabel $1,98896$ hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikansi terhadap keputusan pembelian, sehingga hipotesis H₂ yang di ajukan diterima. Artinya jika kualitas pelayanan sepatu futsal pada Topscore Depok semakin meningkat maka semakin besar pula keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Erinawati & Syafarudin, 2021) dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. Hasil dari penelitian ini didapat bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Uji Signifikan Secara Simultan (Uji F)

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Tabel 9. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1052,913	2	526,456	110,217	,000 ^b
	Residual	391,675	82	4,777		
	Total	1444,588	84			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 9 hasil uji statistik pada uji F, diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai F hitung $110,217 > F$ tabel $3,11$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Yupitasari, 2022) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian”. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,854 ^a	,729	,722	2,186

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel 10 diatas, diketahui nilai *adjusted R square* sebesar 0.722 (72.2%), ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar (72.2%) sedangkan sisanya 27.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam analisis regresi ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dalam penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa hasil studi memperlihatkan secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok, sedangkan Secara bersamaan, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian sepatu futsal pada Topscore Depok.

Saran

Saran yang dapat diberikan adalah :

1. Faktor yang paling signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen adalah kualitas produk. Oleh karena itu Topscore Depok harus mampu mempertahankan kestabilan kualitas produk yang dipasarkan. Bahkan perusahaan dapat meningkatkan kualitas produk yang ada di Topscore.
2. Dengan memberikan pelatihan tambahan kepada karyawan dan menambahkan fasilitas pendukung pelayanan, perusahaan harus dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan konsumen dari sebelumnya.
3. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menguji tambahan variabel atau aspek keputusan pembelian. Contohnya variabel seperti harga, promosi, dan citra merek. untuk memberikan

gambaran yang lebih komprehensif tentang variabel-variabel yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

DAFTAR REFERENSI

- Ena, M. Y., Nyoko, A. E. L., & Ndoen, W. M. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Di Chezz Cafenet. *Journal of Management : Small and Medium Enterprises (SMEs)*, 10(3), 299–310. <https://doi.org/10.35508/jom.v10i3.1998>
- Erinawati, F., & Syafarudin, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Promosi Terhadap Keputusan. *Jurnal Valuasi: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(1), 130–146. <https://doi.org/10.46306/vls.v1i1.10>
- Mahira, Hadi, P., & Nastiti, H. (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>
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan). *Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis*, 1(1). <https://doi.org/10.36596/ekobis.v8i1.262>
- Rahmayanti, D., Wiwaha, A., & Manajemen, P. S. (2020). ANALISIS PENGARUH VARIAN PRODUK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI SKIN CARE ERHA DERMA CENTER. *Manajemen*. <http://repository.jic.ac.id/id/eprint/295/>
- Ristanto, H., Aditya, G., & Catur. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang). *Bingkai Ekonomi*, 6(1), 58–71. <http://download.garuda.kemdikbud.go.id>
- Rozi, I. A., & Khuzaini. (2021). Pengaruh Harga Keragaman Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Di Marketplace Shopee. *Jurnal Ilmu dan Riset Manaemen*, 10, 1–20.
- Suyanto, M. A., M, M. A., & Karundeng, D. R. (2021). Pengaruh Bauran Promosi, Harga, Display Produk dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian pada Apotek Anugerah Farma di Kota Gorontalo. *Mabsya: Jurnal Manajemen Bisnis Syariah*, 3(1), 75–91. <https://doi.org/10.24090/mabsya.v3i1.4746>
- Yupitasari, T. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Sepatu Merek Adidas Di Toko Kaki Gaya Kota Tasikmalaya). *Ilmiah Multidisiplin*, 1(7), 1854–1858. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/461>