



Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Lipcream Wardah Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Dandan Depok

Erika Yolanda

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail : erikayolanda2107@gmail.com

Irwan Raharja

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bina Sarana Informatika

E-mail : irwan.ira@bsi.c.id

Abstract. *The development of the cosmetic industry is increasing so that companies must innovate and must provide appropriate prices and maintain the quality of their products. Price is indeed the first measuring factor that is assessed by consumers as well as for the quality of the product. This study aims to determine the Price and Quality of Lipcream Wardah Products on Purchasing Decisions partially and simultaneously. The object of this study is Wardah Lipcream Products. In this study, primary data was collected by 100 respondents buying and using Wardah Lipcream products. The sampling method in this study was non-probability sampling with accidental sampling technique. The test phase was carried out with the results of the Validity and Reliability tests stating Valid and reliable, and normality test results 0.200 , multicollinearity test tolerance values 0.700 and VIF 1.429 and heteroscedasticity test spread randomly, autocorrelation test, multiple linear analysis, t test, f test and test coefficient of determination. This study used a questionnaire instrument with the help of Google Form and valid data which was collected by 100 respondents. This test used the SPSS Version 24 tool. The results of this study indicate that the variable price and product quality have a positive effect on purchasing decisions.*

Keywords: *price, product quality, and purchasing decisions.*

Abstrak. Perkembangan industri kosmetik yang semakin meningkat sehingga perusahaan harus berinovasi dan harus memberikan harga yang sesuai dan menjaga akan kualitas dari produknya. Harga memang menjadi faktor alat ukur pertama yang dinilai konsumen begitu juga untuk kualitas pada produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga dan Kualitas Produk Lipcream Wardah Terhadap Keputusan Pembelian secara parsial dan simultan. Objek pada penelitian ini yaitu Produk Lipcream Wardah pada penelitian ini menggunakan data primer yang dikumpulkan sebanyak 100 responden membeli dan menggunakan produk Lipcream Wardah. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah non probability sampling dengan teknik accidental sampling. Tahap uji yang dilakukan dengan hasil uji Validitas dan Reabilitas menyatakan Valid dan realibel, dan hasil uji normalitas 0,200 , uji multikolinearitas nilai tolerence 0,700 dn VIF 1,429 dan uji heteroskedastisitas menyebar secara acak, uji autokorelasi, analisis linear berganda, uji t , uji f dan uji koefisien determinasi. Penelitian ini menggunakan instrumen kuisioner dengan bantuan Google Form dan data valid yang berhasil dikumpulkan sebnyak 100 responden.. Pengujian ini menggunakan alat bantu SPSS Versi 24. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian.

LATAR BELAKANG

Perkembangan industri kosmetik saat ini mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Berbagai macam cara diberikan dalam bentuk kemudahan dan praktis. Kosmetik adalah salah satu kebutuhan produk pemenuhan Primer bagi kehidupan wanita untuk merias diri agar lebih menarik, melakukan kegiatan kecantikan adalah kewajiban bagi wanita agar lebih percaya diri dalam melakukan aktivitas sehari-hari, banyak cara mempercantik diri salah satunya bagian yang dirias adalah bibir. Penggunaan lipstik dinilai lebih praktis dan mudah di aplikasikan dan dapat membantu wajah agar terlihat segar dan tidak pucat. Keinginan dan kebutuhan perempuan akan kosmetik semakin meningkat dapat dilihat sekarang ini banyak produk - produk yang muncul di pasaran seperti maybelline, Revlon, Pixy, Viva, Wardah dan lainnya sehingga menyebabkan timbulnya persaingan dalam industri kosmetik semakin ketat. tingkat persaingan dalam dunia bisnis mendorong seluruh perusahaan yang ada di dunia untuk berinovasi dalam menciptakan produk nya agar konsumen tertarik untuk cepat mengambil keputusan pembelian sehingga memotivasi beberapa brand untuk memproduksi lipcream. Setelah banyak produk yang di keluarkan Wardah yang lebih banyak menarik para konsumen yaitu produk Wardah Lipcream. produk wardah menempati posisi pertama dalam kategori lipstik di TOP Brand Indeks. Hal ini menggambarkan bahwa wardah merupakan salah satu brand kosmetik lokal dengan daya minat yang tinggi. Pada tahun 2019 sebesar 33,40% , 2020 sebesar 33,50% mengalami penurunan pada tahun 2021 sebesar 31,90% turun kembali 2022 27,20% Meningkatnya persaingan produk lokal lainnya menyebabkan turunnya angka penjualan. selain itu harga merupakan komponen penting atas suatu produk, harga menjadi pertimbangan khusus masyarakat untuk membeli suatu produk.

KAJIAN TEORITIS

HARGA

Menurut Sudaryono dalam (Sahrudin et al., 2021) Harga merupakan suatu alat sebagai nilai tukar yang bisa disamakan dengan barang lain atau uang untuk memperoleh manfaat dari suatu barang atau jasa. . Berbeda pendapat dengan Kotler dalam buku yang sama yaitu harga merupakan salah satu faktor dalam melakukan keputusan pembelian. Kesimpulannya bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atau dikeluarkan untuk memperoleh manfaat dan guna suatu produk yang dibutuhkan atau digunakan oleh konsumen.

KUALITAS PRODUK

Menurut (Moko et al., 2021) kualitas produk adalah karakteristik yang melekat pada suatu produk yang menjadi pembeda dari tingkat keunggulan suatu produk itu sendiri. Berbeda pendapat menurut Assauri dalam buku (Moko et al., 2021) Kualitas produk merupakan faktor yang terdapat pada suatu produk yang menyebabkan produk tersebut sesuai dengan harapan konsumen. Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk yaitu kemampuan barang untuk memberikan kinerja atau hasil yang sejalan bahkan lebih dari yang diharapkan konsumen.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Menurut (Sanjiwani & Westra, 2022) Mendefinisikan keputusan pembelian sebagai memilih antara dua atau lebih alternatif yang memungkinkan untuk suatu produk. Yaitu keputusan pembelian di defiinisikan sebagai proses dalam memilih opsi diantara banyak kemungkinan produk dan mempertimbangkan harga, jika pembeli dan penjual telah mencapai kesepakatan, pembeli akan memutuskan apakah akan melakukan pembelian atau tidak. Berbeda dengan pendapat lain keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen mencari tahu informasi mengenai produk yang kemudian mengarah terhadap keputusan pembelian (Yunefa & Sabardini, 2020)

HIPOTESIS

Hipotesis 1

H₀₁: Secara parsial harga tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

H₁₁: Secara parsial harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

Hipotesis 2

H₀₂: Secara parsial kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

H₁₂: Secara parsial kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

Hipotesis 3

H₀₃: Secara bersama-sama harga dan kualitas produk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

H₁₃: Secara bersama-sama harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah di Toko Dandan.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Untuk menjawab permasalahan penelitian, maka diperlukan pengukuran yang tepat terhadap variabel-variabel dari objek yang diteliti sehingga menghasilkan kesimpulan. Metode penelitian kuantitatif yaitu metode penelitian yang digunakan untuk penelitian terhadap suatu populasi atau sampel tertentu.

Populasi

Menurut (Arfatin Nurrahmah et al., 2021) Populasi merupakan subjek atau objek yang berada pada suatu wilayah yang berkaitan dengan masalah atau objek penelitian tertentu. Populasi adalah seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen yang melakukan pembelian pada produk Lipcream Wardah yang jumlah populasinya tidak dapat diketahui.

Sampel

Menurut (Roflin et al., 2021) pengertian dari sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Ukuran populasi dalam penelitian ini belum diketahui dengan pasti dan untuk memudahkan penelitian ini maka peneliti menggunakan teknik accidental sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Variabel	Butir Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,737	0,196	Valid
	X1.2	0,700	0,196	Valid
	X1.3	0,651	0,196	Valid
	X1.4	0,704	0,196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,677	0,196	Valid
	X2.2	0,675	0,196	Valid
	X2.3	0,648	0,196	Valid
	X2.4	0,585	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,528	0,166	Valid
	Y2	0,540	0,196	Valid
	Y3	0,737	0,196	Valid
	Y4	0,673	0,196	Valid

Berdasarkan hasil diatas yang diperoleh dari semua butir pertanyaan pada masing-masing variabel harga (X1), kualitas produk (X2) dan keputusan pembelian (Y) bahwa hasil bisa dikatakan valid jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , r_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,196 dengan tingkat signifikansi 0,05 menggunakan uji dua arah. Maka, semua butir pertanyaan pada penelitian ini dapat dikatakan valid.

Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standard Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,647	0,6	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,622	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,629	0,6	Reliabel

Hasil uji reabilitas pada variabel harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dapat dilihat bahwa cronbach's Alpha pada variabel ini lebih dari 0,60. Dapat dinyatakan hasil tersebut membuktikan bahwa semua pernyataan dalam kuisioner reliabel.

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.52366325
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.051
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil tabel diatas uji normalitas menunjukkan nilai tingkat signifikan sebesar 0,200 yang berarti $> 0,05$ sehingga dapat dikatakan data berdistribusi secara normal dalam hasil uji normalitas pada penelitian ini.

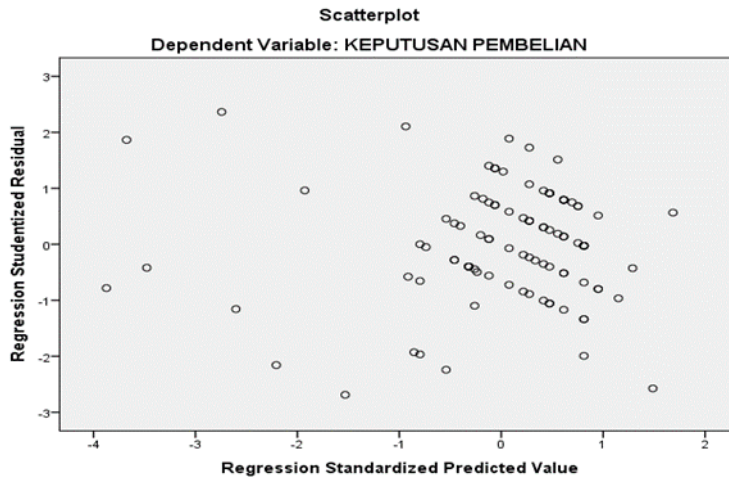
Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	5.551	1.411		3.935	.000		
	Harga	.251	.085	.276	2.956	.004	.700	1.429
	Kualitas	.429	.090	.445	4.773	.000	.700	1.429

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan pada tabel diatas dan hasil yang diperoleh untuk setiap variabel nilai tolerance sebesar 0,700 yang artinya $<$ dari 10 dan nilai VIF sebesar 1.429 $>$ dari 0,10 maka dapat disimpulkan hasil uji multikolinieritas tidak terjadinya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan pada gambar diatas bahwa dapat di simpulkan titik menyebar secara acak serta menyebar kebawah maupun keatas angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas, sehingga model regresi layak digunakan untuk pengujian.

Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.640 ^a	.409	.397	1.53929	2.160

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

$$N = 100$$

$$D = 2.160$$

$$Dl = 1.6337$$

$$Du = 1.7152$$

$$4 - dl = 4 - 1.6337 = 2.3663$$

$$4 - du = 4 - 1.7152 = 2.2848$$

Berdasarkan dasr pengambilan keputusan jika $du < d < 4-du$, maka tidak terjadinya autokorelasi. Maka berdasarkan hasil yang diperoleh dari uji durbin watson sebesar $1.7152 < 2.160 < 2.2848$, maka hasil hipotesis nol diterima, tidak terjadi autokorelasi antara dua variabel bebas dengan variabel terikatnya.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.551	1.411		3.935	.000
	Harga	.251	.085	.276	2.956	.004
	Kualitas	.429	.090	.445	4.773	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil data diatas, maka diketahui model regresi linier berganda yang terbentuk dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

$$Y = 5,551 + 0,251X_1 + 0,429 X_2$$

menunjukkan bahwa nilai konstanta sebesar 5,551. Maka nilai regresi pada variabel harga sebesar 0,251 yang artinya memiliki nilai positif terhadap variabel bebas yaitu kualitas bernilai 0 persen yang artinya tidak mengalami perubahan, sedangkan nilai regresi pada variabel kualitas sebesar 0,429 yang artinya memiliki nilai positif terhadap variabel bebas . maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bebas yaitu harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian.

4.6. Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.640 ^a	.409	.397	1.53929

a. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil output nilai diatas, diketahui koefisien r square yang diperoleh sebesar 0,409 yang dimana jika dijadikan persentase sebesar 40,9% maka dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh sedang variabel harga terhadap keputusan pembelian sebesar 0,409.

4.5.1. Uji T (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	5.551	1.411		3.935	.000
	Harga	.251	.085	.276	2.956	.004
	Kualitas	.429	.090	.445	4.773	.000

Gambar 4. 1. Uji T (Parsial)

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan data tabel diatas, variabel harga diperoleh t hitung sebesar 2,956 > dari tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,004 < dari 0,05, maka secara parsial variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel kualitas produk diperoleh t hitung sebesar 4,773 lebih besar dari tabel 1,661. Dapat disimpulkan bahwa H_{01} ditolak dan H_{11} diterima artinya adanya pengaruh yang signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen produk Lipcream Wardah di Toko Dandan.

Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	159.157	2	79.578	33.586	.000 ^b
	Residual	229.833	97	2.369		
	Total	388.990	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas, Harga

Berdasarkan hasil data diatas yang telah diperoleh menunjukkan nilai f hitung sebesar 33,586 > dari f tabel yaitu sebesar 3,090 dan signifikansinya sebesar 0,000 < dari ,005 maka hal ini dapat dikatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dan penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Lipcream Wardah terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Dandan kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut:

Terdapat pengaruh antara harga dengan keputusan pembelian. Dapat dilihat diketahui t hitung 2,956 > dari tabel 1,661 dan nilai signifikansi 0,004 < 0,05 maka H_{01} ditolak dan H_{11}

diterima yang dapat diartikan adanya pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian Lipcream Wardah pada toko Dandan.

Terdapat pengaruh antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Dapat diketahui bahwa t hitung lebih besar dari t tabel. Kualitas produk yang dengan desain produk yang baik, produk yang dengan kualitas praktis. Karena produk yang berkualitas menjadi memicu keputusan pembelian dari konsumen.

Hasil kedua uji hipotesis diperoleh menunjukkan nilai signifikansinya sebesar $0,000 <$ dari $,005$ maka hal ini dapat dikatakan bahwa variabel harga dan kualitas produk secara bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

SARAN

Berdasarkan dari pembahasan dan kesimpulan penelitian ini adapun saran yang dapat diberikan dari hasil penelitian ini guna mendapatkan hasil penelitian yang lebih baik :

Bagi perusahaan perusahaan harus lebih meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen agar mampu bersaing untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen sehingga ketika konsumen membeli produk tersebut akan meningkatkan keputusan pembelian.

Bagi pembaca hasil dari pembahasan penelitian ini semoga bisa menambah wawasan dan ilmu pengetahuan serta dijadikan sebagai referensi bagi pembaca.

Bagi peneliti selanjutnya Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel lain dengan variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini agar dapat memberikan hasil yang variatif yang dapat menjadikan hasil akhir yaitu keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Ampriyanti, L., & Ekowati, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wardah*, 3. <https://doi.org/10.37715/jee.v5i1.384>
- Arfatin Nurrahmah, M. P., Febri Rismaningsih, S. P. S. M. S., Ul'fah Hernaeny, M. P., Pd, L. P. M., Wahyudin, M. P., Pd, A. R. M., Fitri Yati, A. M. R. O. S. K. M. M. P., Lusiani, S. P. S. M. P., Dinar Riaddin, M. P., Dr. Jan Setiawan, S. S. M. S., & others. (2021). *Pengantar Statistika I* (p. 150). Media Sains Indonesia. <https://books.google.co.id/books?id=Vm1XEAAAQBAJ>
- Asidah, E. (2022). *Etika Bisnis.pdf*. Pusat Pengembangn Pendidikan dan Penelitian Indonesia.
- Duli, N. (2019). *METODOLOGI PENELITIAN KUANTITATIF.pdf*. Deepublish.

- Gunawan, D. (2022). *KEPUTUSAN PEMBELIAN MARKETPLACE.pdf*. PT. Inovsi Pratama Internasional.
- Hutagalung, Y. M., & Waluyo, H. D. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Kopi Benteng 2 Banyumanik). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 209–215. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.27985>
- Ikrimah, & Novian. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik Wardah Di Marketplace Shopee. *Nusantara : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9(4), 1483–1490.
- Krisna, Adetiya, Nur, Marina, & Shodikin. (2020). *RISET POPULER PEMASARAN.pdf*.
- Miguna, & Nurhafifah. (2020). *Manajemen Pemasaran: UMKM dan Digiti Sosial Media.pdf* (Rizka (ed.)). Deepublish.
- Moko, Basuki, & Risanto. (2021). *Manajemen Kinerja : Teori dan Manajemen* (p. 189). UB Press.
- Narimawati, U., Utami, R. I., K., A., Notfiyanto, D., & Swila, B. (2020). *Metode Penelitian Dalam Penelitian* (R. I. Utami (ed.)). Andi IKAPI.
- Norfai, Indah, Nugroho, Qariati, Hadi, Rahman, & Anggraeni. (2022). *Aplikasi Program ERP Aplikasi Program ERP*. IKAPI.
- Osiska, Leonitha, Rosgita, & Sulaeman. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah (Studi Kasus pada Konsumen Produk Kosmetik Wardah di Wilayah DKI Jakarta & Jawa Barat) Universitas Singaperbangsa Karawang PENDAHULUAN Pada saat ini dunia industri ko.* 9(4), 107–115.
- Rachmawati, Musni, & Indarwati. (2022). *<Metodologi Penelitian.Pdf>* (A. Purnamasari (ed.)). Cendikia Publisher.
- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (2019). Pengaruh Harga, Promosi dan Produk Terhadap Keputusan pembelian di Restoran BurgerKing Kawasan Surabaya Plaza. *Progress in Retinal and Eye Research*.
- Rifqi, & Zaky. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran.pdf*. Myria Publisher.
- Riyanto, S., & Putera, A. R. (2022). *METODE Riset PENELITIAN.pdf*. Deepublish Publisher.
- Roflin, Liberty, & Pariyana. (2021). *Populasi , Sampel Dan Pengujian* (p. 141). PT. Nasya Expanding Management.
- Sahrudin, Qomariyan, & Febriyah. (2021). *Pengukuran Tingkat Kepuasan* (Tim Qiara Media (ed.); Vol. 4, Issue February). CV. PENERBIT QIARA MEDIA.
- Sanjiwani, S. M., & Westra, I. K. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pixy Lip Cream Di PT Mandom Indonesia Tbk Bali Tahun 2022. *Sanjiwani Westra*, 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7122519>
- Suryani. (2022). *CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT (CRM) dalam Riset Pemasaran*. Pascal Books. https://www.google.co.id/books/edition/CUSTOMER_RELATIONSHIP_MANAGEMENT_CRM_dal/1FRzEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=1

- Yazid, I., & Hidayat, W. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (APOTEK K-24 Jl. GADJAH MADA YOGYAKARTA). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 305–314. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26367>
- Yunefa, A., & Sabardini, sri ekanti. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Emina di Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis*, 1(2), 171–186.