

Analisis Regresi dan Korelasi Antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo di Kota Pariaman

Dedi Mardianto¹, Deby Handayani², Zaki³

^{1,2,3}Universitas Sumatera Barat

dedimardianto91@gmail.com

Abstract

This study is entitled regression analysis and correlation between product quality and purchasing decisions for Oppo smartphone products in Kota Pariaman. Statistical science can be used in estimating consumer purchasing decisions involving product quality. The number of respondents amounted to 16 data taken by the proposive sampling method. The method used is Simple Linear Regression. The result of the equation is $\hat{Y} = 184.41 - 0.6X$. The degree of relationship or Pearson correlation between variables X and Y is 77.7% which is categorized as having a high relationship. While the results of the F test obtained F count of 47.85 and F table of 4.6, because the results of F count were greater than F tables, which meant that the product quality variable had an effect on the purchasing decision variable.

Keywords: Regression Analysis, Product Quality, Purchase Decision, Correlation, Smartphone.

Abstrak

Penelitian ini berjudul analisis regresi dan korelasi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk smartphone oppo di kota pariaman .Penelitian ini dilatarbelakangi onleh belum bisanya pihak took dalam memprediksi penjualan sehingga berdampak pada stok barang yang kurang sehingga membuat konsumen kecewa. Ilmu statistic bisa digunakan dalam melakukan estimasi keputusan pembelian konsumen dengan melibatkan kualitas produk. Jumlah responden berjumlah 16 data yang diambil dengan metode proposive sampling. Metode yang digunakan adalah Regresi Linier Sederhana. Hasil persamaan diperoleh $\hat{Y} = 184.41 - 0.6X$. Derajat hubungan atau pearson korelasi antara variabel X dan Y sebesar 77,7% yang dikategorikan mempunyai hubungan yang tinggi. Sedangkan hasil dari uji F memperoleh F hitung sebesar 47,85 dan F tabel sebesar 4,6, karena hasil F hitung lebih besar daripada F tabel yang artinya bahwa variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.

Kata kunci: Analisis Regresi, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian, Korelasi, Smartphone.

INFEB is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Persaingan global sangatlah penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas barang dan saja serta pelayanan. Akhir-akhir ini perbaikan kualitas telah dijadikan tujuan strategi beberapa perusahaan di dunia [1]. Salah satunya adalah nilai-nilai dan kerja keras, kedua hal tersebut tidak hanya ditunjukkan untuk mempertahankan kualitas barang dan jasa tetapi juga untuk mempertahankan kualitas usaha dan pelayanan kepada pelanggan [2]. Kunci utama dalam mengembangkan kualitas justru terletak pada perhatian khusus ke pada pelanggan [3]. Artinya kualitas harus mencerminkan kebutuhan dan keinginan pelanggan [4].

Seperti kita tahu, perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini semakin berkembang pesat menuju kearah yang baik, ini dibuktikan dengan munculnya alat komunikasi yang semakin canggih [5]. Beberapa tahun terakhir ini *smartphone* atau sering disebut telephone pintar mampu menguasai pasar penjualan alat elektronik di dunia [6]. Dengan adanya *smartphone* memudahkan manusia dalam berkomunikasi dan mencari informasi, sehingga membuat manusia lebih praktis mencari informasi dan

berkomunikasi dalam hal apapun. Peluang ini justru di manfaatkan oleh perusahaan yang bergerak dibidang elektronik untuk menciptakan *smartphone* yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberi kepuasan bagi konsumen [7].

Melihat respon konsumen serta antusias masyarakat yang sangat tinggi dalam kebutuhan terhadap perangkat komunikasi *smartphone* merupakan hal yang melatar belakangi *OPPO Electronic Corp, Ltd* ikut andil dalam meramaikan pasar Smartphone [8]. Saat ini di penjualan produk smartphone mengalami fluktuasi naik turun yang perlu prediksi untuk meningkatkan penjualan kedepannya. Proses pendataan penjualan yang sudah didukung database tapi sistem penjualannya tidak bisa memprediksi penjualan perhari sehingga harus dihitung secara berkala [9]. Jika pemilik Toko/gerai dapat memprediksi nominal penjualan perhari maka pemilik took/gerai dapat memprediksi pendapatan tiap hari [10].

Oleh karena itu, Ilmu Statistik dengan metode Analisis Regresi dan Korelasi sangat dibutuhkan untuk dapat memprediksi pendapatan tiap hari dengan menghitung pengunjung dan pembeli setiap

hari. Statistika adalah ilmu yang mempelajari bagaimana merencanakan, mengumpulkan, menganalisis dan mempresentasikan data [11]. Singkatnya, statistika adalah ilmu yang berkenaan dengan data [12]. Statistika inferensial merupakan statistik yang berkenaan dengan cara penarikan kesimpulan berdasarkan data yang diperoleh dari sampel untuk menggambarkan karakteristik atau ciri dari suatu populasi [13]. Dengan demikian dalam statistik inferensial dilakukan suatu generalisasi dan hal yang bersifat khusus (kecil) ke hal yang lebih luas (umum) [14]. Oleh karena itu, statistik inferensial disebut juga statistik induktif atau statistik penarikan kesimpulan [15]. Pada statistik inferensial biasanya dilakukan pengujian hipotesis dan pendugaan mengenai karakteristik (ciri) dari suatu populasi, seperti mean dan Uji t [16].

Dalam data di toko belum dapat memprediksi berapa nominal penjualan di setiap hari [17]. Oleh karena itu, dibutuhkan sebuah Regresi untuk meramalkan berapa nominal penjualan di setiap hari dan Korelasi untuk menentukan derajat hubungan antar variabel yaitu korelasi antara X (Kualitas produk) dan Y (Keputusan Pembelian) [18]. Berdasarkan rumusan masalah tersebut di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk menentukan persamaan Regresi Linier Sederhana dan Korelasi antara kualitas terhadap keputusan pembelian jika diketahui pengunjung dan pembeli yang ada di Toko/gerai Smartphone OPPO di Kota Pariaman.

2. Metode Penelitian

Regresi sederhana adalah regresi linier yang mengestimasi besarnya koefesien-koefesien yang dihasilkan dari persamaan yang bersifat linier, melibatkan satu variabel bebas untuk digunakan sebagai prediksi besarnya nilai variabel terikat [19]. Adapun rumus umum regresi linier sederhana adalah (1).

$$\hat{Y} = a + bX \quad (1)$$

Dimana \hat{Y} adalah variabel terikat yaitu keputusan pembelian; a adalah konstanta; b adalah koefesien regresi; X adalah variabel bebas yaitu kualitas produk; Rumus yang dapat digunakan untuk mencari nilai a dan b adalah (2),(3).

$$a = \frac{\sum Y_i - b \sum X_i}{N} = Y - bX \quad (2)$$

$$b = \frac{N \cdot (\sum X_i Y_i) - \sum X_i \sum Y_i}{N \cdot \sum X^2_i - (\sum X_i)^2} \quad (3)$$

Untuk menghitung koefisien korelasi (r) diperoleh dengan rumus adalah (4).

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n \sum X^2_i - (\sum X_i)^2\} \{n \sum Y^2_i - (\sum Y_i)^2\}}} \quad (4)$$

Dimana r adalah koefisien korelasi; n adalah ukuran data; X_i adalah Variabel bebas ke i; Y_i adalah Variabel terikat ke i. Harga r bergerak dari -1 dan +1, tanda negatif menyatakan adanya korelasi negatif dan tanda positif menyatakan adanya korelasi positif, khusus untuk $r = 0$, ini artinya tidak terdapat hubungan linier antara kedua variabel. Interpretasi koefisien adalah sebagai berikut 0 adalah tidak berkorelasi; 0,01 – 0,20 adalah sangat rendah; 0,21 – 0,40 adalah rendah; 0,41 – 0,60 adalah agak rendah; 0,61 – 0,80 adalah cukup; 0,81 – 0,99 adalah tinggi; 1 adalah sangat tinggi.

Setelah diperoleh persamaan regresi sederhana, selanjutnya dilakukan uji keberartian regresi dengan langkah-langkah sebagai berikut menentukan rumusan H_0 dan H_1 [20]. Hipotesis yang akan diuji adalah H_0 adalah $\rho = 0$ (Tidak terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian). H_1 adalah $\rho \neq 0$ (Terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian). Menentukan uji statistik yang sesuai. Uji statistik yang digunakan adalah uji F. Untuk menentukan nilai uji F yang dikemukakan oleh Sambas Ali Muhibin dan Maman Abdurrahman dengan langkah-langkah berikut Menghitung jumlah kuadrat regresi ($JK_{Reg(a)}$) dengan rumus adalah (5).

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{n} \quad (5)$$

Menghitung jumlah kuadrat regresi $b|a$ ($JK_{reg(b|a)}$), dengan rumus (6).

$$JK_{reg(b|a)} = b \cdot \left(\sum XY - \frac{\sum X \sum Y}{n} \right) \quad (6)$$

Menghitung jumlah kuadrat residu (JK_{res}) dengan rumus (7).

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg(b/a)} - JK_{Reg(a)} \quad (7)$$

Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi a ($RJK_{reg(a)}$) dengan rumus: $(RJK_{reg(a)}) = (JK_{Reg(a)})$. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi $b|a$ ($RJK_{reg(b|a)}$) dengan rumus : $(RJK_{reg(b|a)}) = JK_{reg(b|a)}$. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat residu (RJK_{res}) dengan rumus : $(RJK_{res}) = \frac{JK_{res}}{n-2}$. Menghitung F dengan rumus : $F = \frac{RJK_{reg(b|a)}}{RJK_{res}}$. Menentukan nilai kritis (α) atau nilai tabel F pada derajat bebas adalah $db_{Reg(b/a)} = 1$ dan $db_{Res} = n-2$. Selanjutnya daftar analisis variansi (ANOVA) disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Daftar Analisis Variansi

Sumber Variasi	Dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Kuadrat Total (KT)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total Koefesien (a)	N	$\sum Y^2$	RJK _(a)		
Regresi (b/a)	1	JK _(b/a)	RJK _(b/a) = S ² _{reg}	$\frac{S^2_{Reg}}{S^2_{Res}}$	F _(adreg b/a, dbres)
Sisa	N-2	JK _{Res}	RJK _{Res} = S ² _{Res}		

Dimana $JKT = \sum Y^2$ $JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{n}$

$$JK_{\frac{b}{a}} = b \cdot \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right)$$

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg(\frac{b}{a})} - JK_{Reg(a)}$$

$$RJK_{\frac{b}{a}} = Jk_{\frac{b}{a}}, RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2}, F = \frac{S^2_{Reg}}{S^2_{Res}}$$

Membandingkan nilai uji F dengan nilai tabel F sesuai dengan kriteria uji yang ada. Apabila $F_{hit} \geq F_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Untuk menghitung koefesien determinasinya dapat menggunakan rumus : KD = $r^2 \times 100\%$.

3. Hasil dan Pembahasan

Setelah melakukan perhitungan secara manual dan bantuan software SPSS 16 didapat persamaan regresi sederhana adalah $\hat{Y} = 184,41 - 0,6X$. Dari persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut konstanta (nilai a) sebesar 184,41 satuan, berarti apabila tidak ada pengaruh dari variabel X atau variabel X = 0, maka nilai Y = 184,41. Persamaan regresi antara Variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah $\hat{Y} = 184,41 - 0,6X$

Berdasarkan persamaan regresi yang didapat berarti untuk setiap perubahan nilai variabel kualitas produk sebesar satu satuan maka keputusan pembelian akan berubah sebesar 0,6 satuan pada arah yang berbeda. Setelah melakukan perhitungan sebagai berikut :

$$r = \frac{n \sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{(n \sum X^2_i - (\sum X_i)^2)(n \sum Y^2_i - (\sum Y_i)^2)}}$$

$$r = \frac{16(211345) - (2927)(1181)}{\sqrt{[16(543289) - (2927)^2][16(90821) - (1181)^2]}}$$

$$r = \frac{3381520 - 3456787}{\sqrt{(8691824 - 8567329)(1453136 - 1394761)}}$$

$$r = \frac{-75267}{\sqrt{(124495)(58975)}}$$

$$r = \frac{-75267}{85249,02}$$

$$r = -0,882$$

Didapat hubungan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian bernilai -0,882 atau $r_{xy} =$

-0,882. Ini artinya, hubungan variabel kualitas

produk dengan keputusan pembelian tinggi dengan

arah korelasi negatif. Hasil Uji hipotesis (dengan menggunakan keberartian regresi). $H_0 : \rho = 0$: tidak ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. $H_1 : \rho \neq 0$: ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Uji statistik yang digunakan adalah uji F. Menghitung jumlah kuadrat regresi (JK_{Reg(a)}) dengan rumus :

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\sum Y)^2}{n} = \frac{(1181)^2}{16} = 87172,56$$

Menghitung jumlah kuadrat regresi b|a (JK_{reg b|a}), dengan rumus :

$$JK_{reg b|a} = b \cdot \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right)$$

$$= -0,6(211345) - \frac{(2927)(1181)}{16}$$

$$= -0,6(211345 - 216049,1875)$$

$$= (-0,6) \cdot (-4704,1875)$$

$$= 2822,5125$$

Menghitung jumlah kuadrat residu (JK_{res}) dengan

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg(\frac{b}{a})} - JK_{Reg(a)}$$

$$= 90821 - 2822,5125 - \\ = 87172,56 \\ = 825,9275$$

Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi a (RJK_{reg(a)}) dengan rumus: $(RJK_{reg(a)}) = (JK_{Reg(a)}) = 87172,56$. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat regresi b|a (RJK_{reg(b|a)}) dengan rumus : $RJK_{reg(b|a)} = JK_{reg(b|a)} = 2822,5125$. Menghitung rata-rata jumlah kuadrat residu (RJK_{res}) dengan rumus :

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n-2} = \frac{825,9275}{16-2} \\ = 58,99$$

Menghitung F dengan rumus : $F = \frac{RJK_{reg(b|a)}}{RJK_{res}} = \frac{2822,5125}{58,99} = 47,85$. Menentukan nilai kritis (α) atau nilai tabel F pada derajat bebas. $db_{Reg b|a} = 1$ dan $db_{Res} = n-2 = 16-2 = 14$. Diperoleh nilai tabel F sebesar $F_{(0,05, 1, 14)} = 4,6$. Membandingkan nilai uji F dengan nilai tabel F sesuai dengan kriteria uji, apabila nilai $F_{hit} \geq F_{tab}$ sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan hasil perhitungan di atas, tampak bahwa nilai hitung F lebih besar dari nilai table F atau $47,85 > 4,6$.

Membuat kesimpulan. Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara statistik terhadap 16 orang responden diketahui bahwa terdapat hubungan yang berarti antara kualitas produk dan keputusan pembelian. Hasil pengujian hipotesis untuk keberartian regresi disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Hipotesis untuk Keberartian Regresi

Sumb er Variasi	D k	Jumlah Kuadrat (JK)	Kuadrat Total (KT)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	16	1394761	-	-	
Koefesien (a)	1	87172,56	87172,56		
Regresi (b/a)	1	2822,51	2822,51	$\frac{2822,51}{58,99} = 47,85$	
Sisa	14	825,9275	58,99,46	= 4,6	

Keterangan :

$$JKT = \sum Y^2$$

$$JK_{Reg(a)} = \frac{(\Sigma Y)^2}{n}$$

$$JK_{\frac{b}{a}} = b \cdot \left(\sum XY - \frac{\sum X \cdot \sum Y}{n} \right)$$

$$JK_{Res} = \sum Y^2 - JK_{Reg(a)} - JK_{\frac{b}{a}}$$

$$RJK_{\frac{b}{a}} = Jk_{\frac{b}{a}}$$

$$RJK_{Res} = \frac{JK_{Res}}{n - 2}$$

$$F = \frac{S^2_{Reg}}{S^2_{Res}}$$

Setelah dilakukan uji F didapat nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel atau $47,85 > 4,6$ maka dapat disimpulkan H_0 ditolak. Selain itu penulis juga melakukan pengujian dengan bantuan software SPSS 16, berdasarkan hasil perhitungan tampak nilai $p < \alpha$ atau $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak. Ini berarti terdapat pengaruh negatif kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Smartphone Oppo dikota Pariaman. Setelah melakukan perhitungan diperoleh nilai $r_{xy}^2 = 0,777$. Sehingga KD = 77, 7%. Nilai tersebut menjelaskan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh sebanyak 77,7% terhadap keputusan pembelian sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai analisis regresi dan korelasi antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk Smartphone OPPO di Kota Pariaman, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut hasil persamaan regresi linier berganda diperoleh $\hat{Y} = 184,41 - 0,6X$. Dalam persamaan ini dapat membantu pihak toko Smartphone OPPO Kota Pariaman untuk memprediksi pendapat nominal pembelian perhari dengan meningkatkan kualitas produk. Hasil pengujian hipotesis uji keseluruhan (uji f) bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian di toko Smartphone Oppo Kota

Pariaman. Pengaruh ini dapat dijelaskan besarnya tingkat signifikan sebesar 0,777 atau sekitar 77,7%. Sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Rumengan, G. (2022). Pengaruh persepsi harga, promosi, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk smartphone oppo di manado. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 40. DOI: <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39386>.
- Rahmawaty, D., & Nur, A. R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Jurnal Ekonomi*, 23(1), 1–12. DOI: <https://doi.org/10.47896/je.v23i1.99>.
- Elini, E., & Syaifullah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Advan pada PT Maju Telekomunikasi Batam. *JURNAL EKUIVALENSI*, 8(1), 40–56. DOI: <https://doi.org/10.51158/ekuvalensi.v8i1.650>.
- Dj, Y. R. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo. *Media Mahardhika*, 17(3), 463. DOI: <https://doi.org/10.29062/mahardika.v17i3.103>.
- Mas Setiadi, I. G. N. B. H. I., & Ekawati, N. W. (2018). Brand Image Memediasi Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Oppo di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(1), 142. DOI: <https://doi.org/10.24843/ejmundu.2019.v08.i01.p06>.
- Abd. Rasyid Syamsuri, A.-A. A. N. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Fitur Produk terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung (Studi Pada Mahasiswa Stie Labuhanbatu). *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 3(1), 36–46. DOI: <https://doi.org/10.36987/ecobi.v3i1.689>.
- Pramesti, W., Hapsery, A., Hamidah, W. N., & Azmi, U. (2021). Pelatihan Analisis Korelasi dan Regresi pada Statistika Dasar untuk Data Science Menggunakan Software R. *Manggali*, 1(2), 177. DOI: <https://doi.org/10.31331/manggali.v1i2.1752>.
- Abidin, N., Ary Sandy, G., & Hasan, H. (2020). Analisis Kualitas Layanan Pendidikan terhadap Tingkat Kepuasan Mahasiswa Pada Perguruan Tinggi Swasta di Kabupaten Manokwari Papua Barat Tahun 2019. *Pedagogik: Jurnal Pendidikan*, 15(1), 27–39. DOI: <https://doi.org/10.33084/pedagogik.v15i1.1281>.
- Setiawardani, M. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Administrasi Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa Politeknik Negeri Bandung. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(1), 40. DOI: <https://doi.org/10.35697/jrbi.v4i1.991>.
- Dirgantari, P. D. (2012). Pengaruh Kualitas Layanan Jasa Pendidikan terhadap Kepuasan Mahasiswa serta Dampaknya terhadap Upaya Peningkatan Citra Perguruan Tinggi Negeri Menuju World Class University (Studi pada Mahasiswa Asing di ITB, UNPAD, dan UPI). *JURNAL ILMU MANAJEMEN DAN BISNIS*, 3(2). DOI: <https://doi.org/10.17509/jimb.v3i2.1039>.
- Guntoro, H., Turiska, J., & Rikardo, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan serta Implikasinya terhadap Loyalitas Alumni Taruna Poltekpel Banten. *E-Journal Marine Inside*, 2(1), 21–31. DOI: <https://doi.org/10.56943/ejmi.v2i1.16>.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). Pengaruh Promosi, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Skincare Somethinc. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia*, 2(2). DOI: <https://doi.org/10.32477/jrabi.v2i2.487>.

- [13] Nursiti, N., & Giovenna, A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Uniqlo. *Jurnal Industri Kreatif Dan Kewirausahaan*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.36441/kewirausahaan.v5i1.841>.
- [14] Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Keragaman Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *PERFORMA*, 5(1), 63–71. DOI: <https://doi.org/10.37715/jp.v5i1.1303>.
- [15] Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. DOI: <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>.
- [16] Sumarsono, H., & Santoso, A. (2019). Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Batik Mukti. *ISOQUANT: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Akuntansi*, 3(1), 81. DOI: <https://doi.org/10.24269/iso.v3i1.242>.
- [17] Nurjannah, N., Mariah, M., & Hidayat, A. I. (2022). Pengaruh Label Halal dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Safi Skincare. *Nobel Management Review*, 3(4), 635–644. DOI: <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3454>.
- [18] Hidayatulloh, R., Pudyaningsih, R. A., & Akramiah, N. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Mebel Pada Ud. Hartani Jaya. *Jurnal EMA*, 5(1). DOI: <https://doi.org/10.47335/ema.v5i1.45>.
- [19] Ramadhani, H., Supeni, R. E., & Setianingsih, W. E. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust, Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Emina di Masa Pandemi Covid-19. *National Multidisciplinary Sciences*, 1(3), 402–409. DOI: <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.94>.
- [20] Septiani, I., Udayana, I., & Hatmanti, L. T. (2022). Analisis Pengaruh Celebrity Endorser, Brand Image, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Ms Glow Melalui Word Of Mouth Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 5(1), 42. DOI: <https://doi.org/10.32493/drbi.v5i1.17205>.