

Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk

by Zuzmawati Zuzmawati

Submission date: 23-Aug-2024 03:22PM (UTC+0700)

Submission ID: 2436624078

File name: JUPIEKES_vol_2_no_3_agustus_2024_hal_163-179_revisi.pdf (1.27M)

Word count: 5412

Character count: 34110



Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, dan kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Pada Istana Batik Center Padang)

Zuzmawati Zuzmawati^{1*}, Silvi Wulandari²

¹⁻²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi “KBP”, Padang, Indonesia

zuzmawati@akbpstie.ac.id¹, wulandarisilvi15@gmail.com²

Korespondensi Penulis: zuzmawati@akbpstie.ac.id²⁶

Abstract. The purpose of this study was to examine product differentiation on product purchasing decisions (Case Study at the Padang Center Batik Palace), to test pricing or product purchasing decisions (Case Study at the Padang Center Batik Palace), to test product quality on product purchasing decisions (Case Study at the Palace of Batik Center Padang). Type of Research This type of research is the form of quantitative research. Sampling method using the lemeshow formula as many as 100 respondents. Data analysis techniques used were validity, reliability, descriptive analysis, normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, multiple regression analysis, and t test. The results of the study show that differentiation has a positive and significant effect on product purchasing decisions (Case Study at the Batik Center Palace in Padang). Pricing has a positive and significant effect on product purchasing decisions (Case Study at the Palace of Batik Center Padang). And product quality has a positive and significant effect on product purchasing decisions (Case Study at the Padang Center Batik Palace).

Keywords: Product Differentiation, Pricing, Product Quality and Purchasing Decisions.

Abstrak. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang), untuk menguji penetapan harga terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang), untuk menguji kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Jenis Penelitian Jenis penelitian ini berupa penelitian kuantitatif. Metode penarikan sampel menggunakan rumus lemeshow sebanyak 100 responden. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, analisis deskriptif, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, analisis regresi berganda, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diferensiasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang).

Kata kunci : Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

1. PENDAHULUAN

Saat ini era globalisasi masuk menjadi bagian kehidupan bermasyarakat. Dimana dengan adanya globalisasi dipercaya dapat menjadi salah satu fenomena yang ada di setiap negara dengan memiliki pengaruh dan dampak yang kuat pada bisnis dan perekonomian yang ada di setiap negara-negara di dunia. Untuk mempersiapkan diri dalam menghadapi fenomena diatas negara-negara didunia khususnya dinegara berkembang harus memiliki effort yang cukup besar dengan memanfaatkan pertumbuhan teknologi dan perkembangan dunia bisnis yang dinamis dan cepat. Dengan demikian setiap perusahaan dituntut untuk mengatur permasalahannya agar bisa menarik konsumen membeli produknya.

Manajemen pemasaran terjadi ketika suatu pihak dalam sebuah perusahaan berpotensi berfikir tentang cara-cara untuk mencapai respon yang diinginkan pelanggan. Sebagian konsumen mengalami proses mental yang hampir sama ketika memutuskan produk mana yang akan dibeli. Keputusan pembelian konsumen dapat dilakukan apabila produk tersebut sesuai dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan konsumen. Keputusan pembelian merupakan suatu hal yang sangat penting untuk diperhatikan karena keputusan pembelian merupakan hal yang digunakan oleh perusahaan untuk menciptakan strategi pemasaran yang akan dilakukan. Keputusan pembelian sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan mengingat semakin banyaknya produk yang beredar mengakibatkan perlunya berbagai pertimbangan bagi masyarakat dalam melakukan keputusan pembelian. Apalagi masa perkembangan sekarang ini setiap perusahaan bersaing menciptakan dan menjual produk-produk yang bentuk dan fungsinya sama dengan merk yang berbeda-beda. Hal tersebut tentunya akan mengakibatkan masyarakat atau konsumen menjadi bingung menentukan keputusan pembelian produk mana yang akan dibeli sesuai dengan ekspektasi dan kebutuhan konsumen (Tarigan, 2022).

Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan penentuan oleh konsumen itu sendiri dalam melibatkan suatu transaksi pertukaran barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan mendapatkan manfaat. Keputusan pembelian juga dapat dikatakan sebagai kegiatan pemecahan masalah yang dilakukan individu atau organisasi dalam memilih perilaku yang sesuai dari dua atau lebih alternatif yang dianggap sebagai tindakan paling tepat dalam melakukan pembelian (Tarigan, 2022). Pendapat lain dikemukakan oleh Antonius et al., (2013) menyebutkan keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya. Pandesolang, (2015) menyatakan keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Keputusan pembelian konsumen merupakan tindakan individu yang secara langsung atau tidak langsung terlibat dalam usaha memperoleh dan menggunakan suatu produk atau jasa yang dibutuhkan.

Salah satu perusahaan yang mengalami permasalahan keputusan pembelian yaitu Istana Batik Center Padang. Perusahaan ini merupakan usaha batik yang terkenal di kota Padang, perusahaan ini bergerak di bidang produksi batik sekaligus distributor. Pada Istana Batik Center Padang keputusan pembelian untuk produknya dari tahun tahun terlihat menurun

hal ini dikarenakan dibagian diferensi produknya atau tampilan produk banyaknya tidak cocok dengan keinginan konsumen. Dan ketepatan pada harga kadang kalah tidak sesuai dengan kualitas bahannya yang mengakibatkan kurangnya keputusan pembelian produk batik di Istana Batik Center Padang. Hal tersebut dapat kita lihat hasil penjualan pada Istana Batik Center Padang

Tabel 1. Data Istana Produksi dan Penjualan Istana Batik Center Padang

Tahun	Total Produksi Batik	Jumlah Penjualan Batik	Jumlah Produk Batik Yang Tidak Terjual
2017	1.000	810	190
2018	2.000	1.230	770
2019	1.750	1.710	40
2020	1.500	1.000	500
2021	1.000	560	440
Total			1.940

Sumber: Istana Batik Center

Berdasarkan data diatas menunjukkan bahwa penjualan Istana batik mengalami penurunan dan kenaikan yang berbeda setiap tahunnya .padatahun 2017 jumlah penjuln batik mengalami penurunan, sedangkan.pada tahun2018jumlah penjualan batik mengalami kenaikan sebesar 1230 penjualan. Selanjutnya pada tahun 2019penjualan batik dan mengalami kenaikan se besar 1710 penjualandan padatahun2020mengalamipenurunansebesar 1000, padatahun terakhir 2021mengalamipenurunanterhadap penjualan batik sebesar 560. Hal tersebut menandakan adanya permasalahan pada keputusan pembelian konsumen, yang mana bisa dipengaruhi oleh banyak faktor seperti diferensiasi produk, penetapan harga, kualitas produk, dan lain sebagainya.

Salah satu mempengaruhi keputusan pembelian adalah diferensiasi produk, Tarigan (2022) mengemukakan Diferensiasi merupakan strategi yang dapat digunakan setelah kita mengetahui positioning produk atau perusahaan di mata konsumen. Diferensiasi sendiri dapat diciptakan berdasarkan kekuatan perusahaansertaperbedaan dengan pesaing. Diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing (Antonius et al., 2013). Ricky et al (2019) Diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar menjadi lebih menarik. Diferensiasi memerlukan penelitian pasar yang cukup serius agar bisa benar-benar beda, juga diperlukan pengetahuan tentang produk pesaing.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Antonius et al (2013) mengungkapkan Diferensiasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan, sehingga kenaikan atau penurunan penilaian konsumen terhadap diferensiasi secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Untuk itu, hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa

diferensiasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Grand City adalah terbukti.

Dan didukung oleh penelitian Pandesolang (2015) Hasil penelitian menunjukkan Diferensiasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Artinya kenaikan atau penurunan yang terjadi pada diferensiasi produk akan mempengaruhi kenaikan atau penurunan keputusan pembelian produk coca-cola secara signifikan.

H1 : Diduga Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Selain diferensiasi produk ketepatan harga juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian. Susnita (2021) Penetapan harga barang dan jasa merupakan suatu strategi kunci dalam berbagai perusahaan sebagai konsekuensi dari deregulasi, persaingan global yang kian sengit, rendahnya pertumbuhan di banyak pasar, dan peluang bagi perusahaan untuk memantapkan. Lemana (2017) adalah pemilihan yang dilakukan perusahaan terhadap tingkat harga umum yang berlaku untuk produk tertentu, relatif terhadap tingkat harga para pesaing. Umumnya konsumen dalam melakukan pembelian, faktor harga merupakan faktor yang lebih dulu diperhatikan, kemudian disesuaikan dengan kemampuannya sendiri. Jika harga yang ditawarkan cukup menarik dan sesuai dengan kemampuan membeli konsumen, maka kemungkinan konsumen akan memutuskan pembelian sangat besar.

H2 : Diduga penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan apabila menginginkan produk yang dihasilkan dapat bersaing di pasar. Hal ini dikarenakan kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung meningkat, sehingga sebagian masyarakat semakin kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Refzi & Sutrisna, (2023) menjelaskan kualitas produk adalah sebagai keseluruhan gabungan karakteristik barang dan jasa menurut pemasaran, rekayasa, produksi, maupun pemeliharaan yang menjadikan barang dan jasa yang digunakan memenuhi harapan pelanggan atau konsumen. Kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman actual pelanggan atau konsumen terhadap barang dan jasa yang diukur berdasarkan persyaratan atau atribut-atribut tertentu.

H3: Diduga kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

2. METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif Menurut Refzi & Sutrisna, (2023) penelitian kuantitatif, yaitu penelitian yang berguna untuk menganalisis bagaimana suatu variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Dimana penelitian kuantitatif ini merupakan metode penelitian berlandaskan pada pemikiran yang positif digunakan untuk meneliti pada populasi maupun sampel tertentu dengan analisis data bersifat statistic untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Objek atau Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada toko Istana Batik Center Padang, yang beralamatkan di Jl. Sisingamangaraja No 32, Simpang Haru, Kecamatan Padang Timur, Kota Padang, 25171.

Populasi

Sugiyono (2017) Populasi diartikan sebagai suatu wilayah generalisasi yang mana di dalamnya terdapat objek atau subjek yang memiliki kualitas maupun ciri tertentu yang telah ditetapkan oleh seorang Peneliti agar bisa dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Populasi yang terdapat dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko Istana Batik Center Padang. Akan tetapi jumlah konsumen yang pernah melakukan pembelian pada toko Istana Batik Center Padang tersebut tidak dapat diketahui secara pasti dan termasuk pada kategori populasi tak terhingga.

Sampel

Menurut Sugiyono (2017) sampel merupakan sebagian dari populasi, segala yang dipelajari dari suatu sampel maka kesimpulannya dapat berlaku untuk populasi, oleh karenanya suatu sampel yang diambil untuk penelitian harus benar-benar *representative* (mewakili). Teknik pemilihan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah insidental sampling dengan metode pengambilan sampel secara acak. Artinya, siapa saja yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel, jika responden yang kebetulan peneliti temui memenuhi kriteria maka dapat digunakan sebagai sumber informasi (Sugiyono, 2017). Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada toko Istana Batik Center Padang. Dan jumlah sampel penelitian didapat dengan menggunakan rumus Lemeshow (Sugiyono, 2017). dengan formula sebagai berikut:

$$n = \frac{Z^2 \times P(1 - P)}{d^2}$$
$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,10^2}$$
$$n = \frac{3,8416 \times 0,5 (1 - 0,5)}{0,01}$$
$$n = \frac{1,9208 (0,5)}{0,01}$$
$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$
$$n = 96,04$$

Keterangan:

- n = jumlah sampel
Z = skor Z pada tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96)
P = maksimal estimasi = 0,5
d = alpha (0,10) atau sampling error 10%

Berdasarkan rumus di atas maka didapatkan n = 96,04. Jadi dalam penelitian ini jumlah sampel dibulatkan menjadi 100 Responden.

Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

Jenis data yang peneliti gunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah sekumpulan data yang dapat diukur dan dihitung dalam bentuk angka yang diolah dengan metode tertentu (Sugiyono, 2017).

b. Sumber Data

Sumber data bisa diperoleh dari 2 sumber, yaitu:

- 1 Data primer, Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber pertama yang diberikan langsung kepada pengumpul data. kemudian teknik pengumpulan data dapat dilakukan melalui pengamatan (observasi), wawancara, dan kuisioner yang di serahkan langsung kepada responden (Sugiyono, 2017).
- 17 Data sekunder, Data sekunder merupakan sumber data yang tidak memberikan data secara langsung kepada pengumpul data, misalnya data dari orang lain atau dokumen pendukung lainnya (Sugiyono, 2017).

1 **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah: Kuesioner (Angket)

Teknik Analisis Data

14 **a. Uji Validitas**

Uji validitas merupakan perhitungan bahwa pengukuran pada variabel adalah variabel yang sebenarnya (Sugiyono, 2017). Validitas suatu butir pertanyaan dapat dilihat dari output *Statistical Program For Social Science* (SPSS) pada tabel dengan judul *Item Total Statistics*. Suatu pertanyaan dapat digolongkan valid apabila nilai *Corrected-Item Total Correlation* > 0,30. Uji validitas lebih baik dilakukan secara terpisah pada lembar kerja yang berbeda antara satu konstruk variabel dengan konstruk variabel yang lain. Sehingga muncul butir-butir pertanyaan variabel mana yang paling banyak tidak valid, maka:

- a. **39** Jika *Corrected Item-Total Correlation* > 0,30, maka dimensi tersebut dapat dikatakan valid. **38**
- b. Jika *Corrected Item-Total Correlation* < 0,30, maka dimensi disebut tidak dikatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrument yang dimanfaatkan saat penelitian berupa jawaban yang diberikan responden berupa hasil yang dipercaya (Sugiyono, 2017). Oleh karena itu, uji reliabilitas adalah pengujian yang menghasilkan data yang digunakan *Cronbach's Alpha*. Sehingga dapat diketahui **24** konstruk variabel dikatakan baik jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Maka:

- a. Jika *Cronbach's Alpha* > **12** 0,60 maka dimensi pertanyaan tergolong reliabel. **12**
- b. Jika *Cronbach's Alpha* < **12** 0,60 maka dimensi pertanyaan tersebut tidak tergolong reliabel.

12 **Uji Asumsi Klasik**

a. Uji Normalitas

Yaitu untuk mengetahui data berawal pada populasi normal maupun tidak (Sugiyono, 2017) mengemukakan *Kolmogorov Smirnov* sebagai pedoman pada uji normalitas dibawah ini:

- a. jika nilai signifikan > 0,05 (taraf kepercayaan 95%) distribusi adalah normal
- b. jika nilai signifikan < 0,05 (taraf kepercayaan 95%) distribusi adalah tidak normal.

b. Uji Multikolinearitas

Menurut Lumenta et al. (2019) menyatakan bahwa metode ini digunakan **18** bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen).

Pengujian multikolinearitas dilihat dari besaran VIF (*Variance Inflation Factor*) 10 dan *Tolerance* 0,1. Maka penelitian terbebas dari gejala multikolinearitas, jika sebaliknya VIF kecil dari 10 dan *Tolerance* kecil dari 0,1 maka penelitian tersebut terbebas dari gejala multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Lumenta et al. (2019) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji dalam model regresi apakah terjadi ketidaksamaan dari varian residual pengamatan satu dengan yang lain. Bisa disimpulkan sign¹⁸ besar dari 0,05 maka penelitian dapat dikatakan bebas dari gejala jenis heteroskedastisitas, sebaliknya jika sign kecil dari 0.05 maka penelitian tidak terbebas dari gejala jenis heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2017) analisis ini digunakan meneliti apabila bermaksud meramalkan sesuatu keadaan nilai turunya variabel dependen, apabila dua ataupun lebih variabel independen faktor presiktor yang di manipulasi atau yang nilainya dinaik turunkan.

$$Y = \alpha + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Dimana:

Y = Kinerja Karyawan

α = Koefisien Konstanta

X₁ = Motivasi Kerja

X₂ = Kompetensi

b₁ = Koefisien regresi parsial untuk Motivasi Kerja

b₂ = Koefisien regresi parsial untuk Kompetensi

Uji Hipotesis (Uji-T)

Sugiyono (2017) mengemukakan uji statistic menunjukkan sejauh mana variabel variabel independen dapat menjelaskan variabel dependen.

- a. Jika nilai signifikan > 0,05 maka hipotesis ditolak karena variabel X tidak berpengaruh pada variabel Y secara parsial.
- b. Jika nilai signifikan < 0,05 maka hipotesis diterima karena variabel Y memiliki pengaruh pada variabel Y secara parsial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

a. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan variabel terikat (dependen) yang diukur dengan menggunakan 8 item pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid dilihat pada tabel 2 berikut ini:

Tabel 2 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Y.1	0.332	0,300	Valid
Y.2	0.431	0,300	Valid
Y.3	0.367	0,300	Valid
Y.4	0.387	0,300	Valid
Y.5	0.612	0,300	Valid
Y.6	0.328	0,300	Valid
Y.7	0.395	0,300	Valid
Y.8	0.360	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 2 di atas dapat dilihat, dimana semua pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,332 – 0,612 atau dengan kata lain bahwa butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran Keputusan Pembelian memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar daripada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian dari 9 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk mengukur pengujian berikutnya.

b. Diferensiasi Produk

Diferensiasi Produk merupakan variabel bebas (independen) yang diukur dengan menggunakan 8 butir pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Diferensiasi Produk

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
X1.1	0.411	0,300	Valid
X1.2	0.402	0,300	Valid
X1.3	0.466	0,300	Valid
X1.4	0.609	0,300	Valid
X1.5	0.424	0,300	Valid
X1.6	0.466	0,300	Valid
X1.7	0.609	0,300	Valid
X1.8	0.388	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 3 di atas dapat dilihat, dimana 8 butir pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,388 – 0,609 atau dengan kata lain bahwa 8 butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran diferensiasi produk memiliki nilai *Corrected*

Item-Total Correlation lebih besar dari pada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian 8 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

c. Penetapan Harga

Penetapan harga merupakan variabel bebas (independen) yang diukur dengan menggunakan 6 butir pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut ini:

Tabel 4 Uji Validitas Variabel Penetapan Harga

Item Pertanyaan	Corrected Item- Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
X2.1	0.412	0,300	Valid
X2.2	0.409	0,300	Valid
X2.3	0.740	0,300	Valid
X2.4	0.656	0,300	Valid
X2.5	0.772	0,300	Valid
X2.6	0.763	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 4 diatas dapat dilihat, dimana 6 butir pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,409 – 0,772 atau dengan kata lain bahwa 6 butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran penetapan harga memiliki nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dari pada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian 6 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

d. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan variabel bebas (independen) yang diukur dengan menggunakan 7 butir pernyataan dan mendapatkan hasil yang valid sebagaimana yang dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 5. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item Pertanyaan	Corrected Item-Total Correlation	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
X3.1	0.686	0,300	Valid
X3.2	0.623	0,300	Valid
X3.3	0.700	0,300	Valid
X3.4	0.634	0,300	Valid
X3.5	0.806	0,300	Valid
X3.6	0.723	0,300	Valid
X3.7	0.702	0,300	Valid
X3.8	0.722	0,300	Valid

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Dari tabel 5. diatas dapat dilihat, dimana 8 butir pernyataan valid dengan nilai *Corrected Item-Total Correlation* berkisar antara 0,623 – 0,806 atau dengan kata lain bahwa 8 butir pernyataan yang digunakan dalam pengukuran kualitas produk memiliki nilai *Corrected*

Item-Total Correlation lebih besar dari pada *rule of thumb* (standar) yaitu 0,300. Dengan demikian 8 butir pernyataan tersebut dapat digunakan untuk pengujian berikutnya.

e. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk dapat mengetahui apakah pengukuran pada beberapa item dalam keadaan konsisten atau tetap jika dilakukan pengukuran yaitu sebanyak dua bahkan lebih pada alat ukur yang sama (Sugiyono, 2017). Indikator yang terdapat dalam uji reliabilitas adalah *Cronbach's Alpha*, dengan standar 0,6. Sehingga dapat ditarik kesimpulan, yaitu apabila *Cronbach's Alpha* > 0,600 artinya jawaban yang telah didapat dari responden sudah reliabel, dan apabila *Cronbach's Alpha* < 0,600 artinya jawaban yang didapat dari para responden tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas disajikan dalam tabel 4.8 berikut ini:

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Rule Of Thumb (Standar)	Ket.
Keputusan Pembelian (Y)	0.708	0,600	Reliabel
Diferensiasi Produk (X1)	0.770	0,600	Reliabel
Penetapan Harga (X2)	0.841	0,600	Reliabel
Kualitas Produk (X3)	0.904	0,600	Reliabel

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2023)

Berdasarkan tabel 6. dapat dilihat dari hasil pengolahan data bahwa ternyata nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel keputusan pembelian, diferensiasi produk, penetapan harga dan kualitas produk > 0,600. Maka dapat disimpulkan bahwa jawaban-jawaban yang diberikan responden sudah reliabel sehingga tahapan pengolahan data selanjutnya dapat dilakukan.

f. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan perhitungan regresi linear berganda antara Diferensiasi Produk (X1), Penetapan Harga (X2), Kualitas Produk (X3) dan keputusan pembelian (Y) yang mana dalam perhitungannya dibantu dengan program SPSS sehingga diperoleh hasil sebagai berikut dalam tabel di bawah ini:

Tabel 7. Ringkasan Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel Dependen	Konstanta dan Variabel Independen	Koefisien Regresi	Std. Error	Sign.
Keputusan Pembelian (Y)	Konstanta (a)	4.068	2.061	0.051
	Diferensiasi Produk (X1)	0.711	0.058	0.000
	Penetapan Harga (X2)	0.170	0.064	0.009
	Kualitas Produk (X3)	0.066	0.030	0.028

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2021)

Berdasarkan pada tabel 8 dapat diperoleh model persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$Y = 4.068 + 0.711 X_1 + 0.170 X_2 + 0.066 X_3 + e$$

Dimana artinya, persamaan regresi di atas memperlihatkan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen secara parsial, dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa:

- Nilai konstanta adalah 4.068 satuan. Artinya jika pada variabel Diferensiasi Produk (X1), Penetapan Harga (X2), dan Kualitas Produk (X3), diasumsikan bernilai nol maka keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 4.068 satuan.
- Nilai $X_1 = 0.711$ satuan. Artinya koefisien regresi Diferensiasi Produk menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika Diferensiasi Produk meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0.711 satuan.
- Nilai $X_2 = 0.170$ satuan. Artinya koefisien regresi Penetapan Harga menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika Penetapan Harga meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0.170 satuan.
- Nilai $X_3 = 0.066$. Artinya koefisien regresi Kualitas Produk menunjukkan arah positif. Hal ini berarti jika Kualitas Produk meningkat satu satuan maka keputusan pembelian juga akan meningkat sebesar 0.278 satuan.

g. Uji Hipotesis

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial (Sugiyono, 2017). Adapun hipotesis yang diajukan menyatakan bahwa variabel diferensiasi produk, penetapan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan pembelian. Indikator pengujian yang digunakan adalah t-statistik dan taraf signifikansi sebesar 0,05. Dari pengujian telah diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.13 sebagai berikut:

Tabel 8. Hasil Pengujian Hipotesis

Variabel Independen	T-tabel	T-hitung	Sig.	Kesimpulan
Diferensiasi Produk (X1)	1.984	12.284	0.000	H ₁ diterima
Penetapan Harga (X2)	1.984	2.662	0.009	H ₂ diterima
Kualitas Produk (X3)	1.984	2.227	0.028	H ₃ diterima

Sumber: Data SPSS 16 (Data diolah pada tahun 2021)

Berdasarkan tabel uji secara parsial di atas dapat diketahui bahwa setiap variabel independen diferensiasi produk, penetapan harga dan kualitas produk memiliki nilai t-hitung > t-tabel, dimana diferensiasi produk memiliki nilai t-hitung sebesar $12.282 > 1.984$, kemudian penetapan harga memiliki nilai t-hitung sebesar $2.662 > 1.984$, dan kualitas produk memiliki nilai t-hitung sebesar $2.227 > 1.984$.

Maka dapat disimpulkan bahwa masing-masing variabel independen berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian (variabel dependen).

a. Pengaruh variabel diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian (H₁)

Variabel diferensiasi produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (12.282 > 1.984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0.000 < 0,05).

Maka dalam hal ini dinyatakan H₁ diterima.

b. Pengaruh variabel penetapan harga terhadap keputusan pembelian (H₂)

Variabel penetapan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang, dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (2.662 > 1.984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0.009 < 0,05).

Maka dalam hal ini dinyatakan H₂ diterima.

c. Pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian (H₃)

Variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang), dengan nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel (2.227 > 1.984) dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha (0.028 < 0,05). Maka

dalam hal ini dinyatakan H₃ diterima.

Pembahasan

Pengaruh Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pertama, ditemukan bahwa variabel diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang, Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama (H₁) diterima.

Hal ini menunjukkan bahwa diferensiasi produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Artinya kenaikan atau penurunan yang terjadi pada diferensiasi produk akan mempengaruhi kenaikan atau penurunan keputusan pembelian produk. Diferensiasi produk bertujuan meningkatkan persaingan antar perusahaan. Diferensiasi produk adalah perbedaan suatu produk. Dengan perbedaan tersebut maka konsumen akan mempunyai pertimbangan dalam melakukan pembelian produk tertentu.

Hal ini sejalan dengan penelitian Antonius et al., (2013) mengungkapkan Diferensiasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan, sehingga kenaikan atau penurunan penilaian konsumen terhadap diferensiasi secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Untuk itu, hipotesis penelitian ini yang menyatakan bahwa diferensiasi

berpengaruh terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Grand City adalah terbukti. Dan didukung oleh penelitian Pandesolang, (2015) Hasil penelitian menunjukkan Diferensiasi Produk berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian.

Pengaruh Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis kedua, ditemukan bahwa variabel Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua (H_2) dalam penelitian ini diterima.

Hal ini bermakna konsumen pada Istana Batik Center Padang memutuskan pembelian dikarenakan terpengaruh dengan penetapan harga produk yang sesuai dengan kualitasnya. Keputusan pembelian konsumen berawal saat konsumen menyadari adanya kebutuhan kemudian ia mencari informasi terkait, lalu konsumen memilih alternatif pilihan yang ada selanjutnya konsumen akan memutuskan pembelian pada barang yang dibutuhkan apabila barang tersebut ¹⁶ sesuai dengan harga yang diinginkan konsumen.

¹⁶ Penelitian ini sejalan dengan penelitian Refzi & Sutrisna, (2023) mengungkapkan hasil penelitian yang sudah dilakukan. Penetapan harga mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dimana semakin baik Penetapan harga yang sesuai dengan keinginan pasar maka meningkat pula Keputusan Pembelian produk Huawei pada PT. Polisk Sentral Sumatera Pekanbaru. Dan didukung oleh penelitian Lemana, (2017) Dari hasil analisis diperoleh bahwa penetapan harga memiliki pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara variabel penetapan harga terhadap variabel keputusan pembelian di Toko H. Uding Cisauk.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang)

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis ketiga, ditemukan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang, Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai α . Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga (H_3) diterima.

Hal ini menunjukkan apabila suatu produk memiliki berkualitas baik maka Keputusan Pembelian juga meningkat. Sebagaimana mengungkapkan bahwa Kualitas Produk memiliki hubungan yang erat dengan Keputusan Pembelian serta Kualitas Produk memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan.

Penelitian ini sejalan dengan Penelitian yang dilakukan Fatmaningrum & Fadhilah, (2020) menunjukkan hasil bahwa variabel Kualitas Produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dimana semakin baiknya kualitas pada suatu produk maka keinginan konsumen melakukan pembelian semakin meningkat. Masih relevan dengan penelitian dalam Refzi & Sutrisna, (2023) kualitas produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Dimana semakin baiknya produk yang diberikan perusahaan kepada konsumen maka meningkatnya pula keputusan pembelian produk.

4. SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian diferensiasi produk, penetapan harga dan kualitas produk terhadap Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang yang diolah menggunakan SPSS, maka dapat disampaikan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut: Diferensiasi produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha, Maka, dalam penelitian ini hipotesis pertama diterima. Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis kedua diterima. Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Produk (Studi Kasus pada Istana Batik Center Padang). Dimana nilai t hitung lebih besar dari t tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari nilai alpha. Maka, dalam penelitian ini hipotesis ketiga diterima.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka diajukan saran-saran sebagai berikut: Bagi Pelaku Bisnis, Bagi pelaku bisnis, agar terus mengembangkan usahanya khususnya Istana Batik Center Padang dengan menyampaikan informasi yang jujur terkait dengan produk. Selain itu didukung dengan menciptakan diferensiasi produk, dan penetapan harga yang sesuai dengan kualitas barang yang dipasarkan. agar dapat meningkatkan penjualan. Bagi Peneliti yang akan Datang. Bagi Peneliti yang akan datang yang ingin

melakukan penelitian serupa agar dapat mengembangkan hasil penelitian ini, penelitian ini dilakukan tidak terbatas pada konsumen pada Istana Batik Center Padang saja, akan tetapi dapat diperluas lagi. Selain itu, Peneliti yang akan datang dapat menambahkan variabel independen selain yang diteliti dalam penelitian ini, karena dalam penelitian penulisan skripsi ini Penulis merasa masih ada beberapa indikator yang belum bisa Penulis jelaskan dan masih jauh dari kesempurnaan.

6. UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan selesainya penulisan artikel ini, penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis. Kepada kedua orang tua dan keluarga, bapak Febriandhie Ananda, SE, M.Si dan ibu Lidya Martha, SE, MM selaku ketua dan wakil ketua STIE “KBP” Padang, ibu Febsri Susanti, SEI, MM selaku ketua program studi manajemen serta ibu Zusmawai, SE, MM selaku dosen pembimbing skripsi.

7. DAFTAR PUSTAKA

- Antonius, I., Sugiono, D., Pemasaran, J. M., Petra, U. K., & Siwalankerto, J. (2013). Analisa pengaruh strategi diferensiasi, citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pelanggan di Cincau Station Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 1(2), 1–11.
- Fatmaningrum, S. R., & Fadhilah, M. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian minuman Frestea. *Jurnal Pemasaran*, 4(1), 176–188.
- Gain, R., Herdinata, C., & Sienatra, B. (2017). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen Vodkasoda shirt. *Jurnal Manajemen*, 2.
- Lemana, R. (2017). Pengaruh kelengkapan produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekonomi*, 1(1), 1–19.
- Lestari, M., Wicaksono, I. A., & Utami, D. P. (2016). Analisis pengaruh ekuitas merek, promosi penjualan, dan harga terhadap keputusan pembelian getuk marem di Kota Magelang. *Surya Agritama*, 5(1), 13–21.
- Muhammad, F., & Febriatmoko, B. (2022). Pengaruh diferensiasi produk, persepsi harga, kualitas layanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Manajemen dan Marketing*, 14(2), 263–270. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i2.11110>
- Pandesolang, J. D. (2015). Pengaruh diferensiasi, kualitas produk, dan ekuitas merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola pada PT. Bangun Wenang Beverages Company di Manado. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(3), 1113–1124.
- Refzi, S. P., & Sutrisna, E. (2023). Pengaruh kualitas produk dan penetapan harga terhadap keputusan pembelian produk Huawei pada PT. Polisk Sentral Sumatera Pekanbaru. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7, 1095–1103.

Ricky, W., Sumarsan, T., & Julitawaty, W. (2019). Pengaruh diferensiasi produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat penjualan PT. Amorindo Mitra Sentosa Medan. *Jurnal Manajemen*, 5(1).

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian bisnis* (3rd ed.). CV. Alfabeta.

Susnita, T. A. (2021). Pengaruh penetapan harga terhadap keputusan pembelian pada Toko Bangunan Simpang Tiga Jaya Lemahsugih Kabupaten Majalengka. *Jurnal Ilmu Sosial dan Sains*, 2(6), 1013–1020. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i6.348>

Pengaruh Diferensiasi Produk, Penetapan Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk

ORIGINALITY REPORT

14%

SIMILARITY INDEX

3%

INTERNET SOURCES

12%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

- 1** repository.stiewidyagamalumajang.ac.id 1%
Internet Source
- 2** eprints.iain-surakarta.ac.id 1%
Internet Source
- 3** Submitted to Federal University of Technology 1%
Student Paper
- 4** Misi Ariansyah, Sepris Yonaldi, Hafrizal Okta Ade Putra. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO MANDIRI TEXTILE PASAR RAYA PADANG", INA-Rxiv, 2018 1%
Publication
- 5** Vella Melania, Irdha Yusra. "PENGARUH GOOD CORPORATE GOVERNANCE TERHADAP KINERJA KEUANGAN DENGAN MANAJEMEN LABA SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PERUSAHAAN PERBANKAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA", INA-Rxiv, 2019 1%
Publication

6	Ardiansyah, Fakhruddin Noer. "Kajian Kinerja Pegawai Melalui Pengembangan Karir (Pada KPP Pratama Demak)", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023	1 %
Publication		
7	Dwi Khoirunnisa, Alimuddin Rizal Riva'i. "Digital Marketing, Persepsi Harga, dan Citra Merek terhadap Kepuasan Konsumen", Journal of Management and Bussines (JOMB), 2023	1 %
Publication		
8	http://turkhukusitesi.com/showthread.php?t=64398turkhukusitesi.com/	1 %
Internet Source		
9	A.H.G. Kusumah, C.U. Abdullah, D. Turgarini, M. Ruhimat, O. Ridwanudin, Y. Yuniawati. "Promoting Creative Tourism: Current Issues in Tourism Research", CRC Press, 2021	<1 %
Publication		
10	Arfa Danil, Irdha Yusra. "PENGARUH KAUSAL ANTARA UKURAN PERUSAHAAN, NILAI BUKU DAN LIKUIDITAS SAHAM DI BURSA EFEK INDONESIA", INA-Rxiv, 2019	<1 %
Publication		
11	Tri Utami, Kosasih Kosasih, Rukhiyat Sayidin. "Analysis Of Policy Formulation And Implementation Of Stunting Reduction In	<1 %

Penajam Paser Utara District In 2021", Journal on Education, 2023

Publication

12

Darnawati, Aminar Sutra Dewi. "PENGARUH KOMITMEN ORGANISASIONAL DAN PROFESIONAL TERHADAP KEPUASAN KERJA PEGAWAI DENGAN MOTIVASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DIKANTOR DINAS PENDIDIKAN KEPEMUDAAN DAN OLAHRAGA KABUPATEN SOLOK SELATAN", Open Science Framework, 2019

Publication

13

Irdha Yusra, Ella Gusnita, Lidya Martha. "Analisis Struktur Modal dalam Memoderasi pengaruh Kepemilikan Manajerial dan Pertumbuhan Perusahaan terhadap Nilai Perusahaan di Indonesia", INA-Rxiv, 2019

Publication

14

Rahman, Arif. "Analisis Ability to Pay (ATP) dan Willingness to Pay (WTP) Tarif Bus Rapid Transit (BRT) Trans Jateng Koridor Semarang-Gubug", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

15

Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu 2017, Nasib, Martin. "PENGARUH BONUS PACK DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP

<1 %

<1 %

<1 %

<1 %

KEPUTUSAN IMPULSE BUYING", INA-Rxiv, 2017

Publication

16

Agung Imam Utomo, Sumarji Sumarji, Supriyono Supriyono. "Pengaruh Penetapan Harga Dan Kualitas Pelayanan Oleh Agen Telur UD. ENGGAL Jaya Terhadap Kepuasan Peternak Ayam Layer Di Kabupaten Kediri", Manajemen Agribisnis: Jurnal Agribisnis, 2023

Publication

<1 %

17

Destiyanti, Nurlaeli. "Manajemen Distribusi Zakat Dalam Penanggulangan Dampak Akibat Pandemi COVID 19 (Studi Pada Baznas Kabupaten Banyumas)", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022

Publication

<1 %

18

Mulyani, Dita. "Pengaruh Cash Holdings dan Environmental Cost Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Komite Audit Sebagai Variabel Moderasi", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2023

Publication

<1 %

19

digilib.yarsi.ac.id

Internet Source

<1 %

20

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

<1 %

21 Dedy Ansari Harahap. "Pengaruh Reputasi Universitas Terhadap Keputusan Mahasiswa Memilih Studi di Universitas Islam Sumatera Utara", INA-Rxiv, 2017
Publication <1 %

22 Seminar Nasional Multidisiplin Ilmu 2017. "PENGARUH DAYA TARIK DAN AKSESIBILITAS TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN KE AIR TERJUN PONOT DI DESA TANGGA KECAMATAN AEK SONGSONGAN KABUPATEN ASAHAN", INA-Rxiv, 2017
Publication <1 %

23 Submitted to Tikrit University
Student Paper <1 %

24 Marismiati, Hendra Hadiwijaya. "Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa BRT Transmusi Palembang", INA-Rxiv, 2017
Publication <1 %

25 Muhammad Zhafri. "Pengaruh Pemberitaan, Kompetensi, dan Motivasi terhadap Kinerja Humas pada Komponen di Lingkup Kementerian Dalam Negeri", INA-Rxiv, 2018
Publication <1 %

26 Dina Septi Rahmayeli, Doni Marlius. "ANALISIS KINERJA KEUANGAN PADA PT. BANK <1 %

PERKREDITAN RAKYAT (BPR) BATANG KAPAS PESISIR SELATAN", INA-Rxiv, 2018

Publication

27

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

<1 %

28

Dedy Ansari Harahap. "Hubungan Kualitas dan Loyalitas Nasabah Jasa Perbankan PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk Kota Medan", INA-Rxiv, 2018

Publication

<1 %

29

Hidayah, Nur. "Implementasi metode sosio drama dalam keterampilan berbicara dan pemerolehan kosa kata pada pembelajaran bahasa Indonesia di MI Muhammadiyah Kaligondang kecamatan Kaligondang Kabupaten Purbalingga", Universitas Islam Negeri Saifuddin Zuhri (Indonesia), 2024

Publication

<1 %

30

Imellia, . "ANALISIS KINERJA JURU PUNGUT (KOLEKTOR) RETRIBUSI PELAYANAN PERSAMPAHAN TERHADAP TARGET RETRIBUSI PELAYANAN PERSAMPAHAN PADA DINAS LINGKUNGAN HIDUP KOTA PADANG", INA-Rxiv, 2018

Publication

<1 %

31

Ahmad Junaldi, Irdha Yusra. "Volatilitas Return, Inflasi dan Suku Bunga : Studi Empiris

<1 %

pada Perusahaan Property dan Real Estate
BEI 2013 - 2017", INA-Rxiv, 2019

Publication

32

Didit Darmawan. "PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAYURAN HIDROPONIK", INA-Rxiv, 2017

Publication

<1 %

33

Nor Lailla, Irfan Tarmizi, Windri Muthia Septiani. "Pengaruh Digital Marketing Dan Kualitas Produk Terhadap Tingkat Penjualan Produk UMKM Di Tengah COVID 19 Studi Kasus Di UMKM Depok", Jurnal Teknologi dan Manajemen, 2022

Publication

<1 %

34

Pranatalindo S, Sri Rahayu, Muhammad Gowon. "Pengaruh Asimetri Informasi, Efektivitas Komite Audit, dan Kualitas Audit Terhadap Earnings Management (Studi Pada Perusahaan Sektor Perbankan yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2013-2017)", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2019

Publication

<1 %

35

R.S Afrianti, Febsri Susanti. "PENGARUH PROMOSI JABATAN, PENGENDALIAN DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KEPUASAN KERJA DINAS PENGELOLAAN SUMBER DAYA AIR KABUPATEN PESISIR SELATAN", INA-Rxiv, 2019

Publication

<1 %

36

Mujayaroh, Mujayaroh. "Manajemen Kelas Unggulan Imersi Di MA Al Hikmah 2 Benda Kecamatan Sirampog Kabupaten Brebes", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022

Publication

<1 %

37

Veronika Nugraheni Sri Lestari. "ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PROMOSI DALAM USAHA UNTUK MENINGKATKAN VOLUME PENJUALAN", INA-Rxiv, 2017

Publication

<1 %

38

Randi Surya Jaya, Febsri Susanti. "PEGARUH INTEGRATED MARKETING COMMUNICATION TERHADAP BRAND EQUITY PADA MCDONALDS A.YANI PADANG", INA-Rxiv, 2019

Publication

<1 %

39

Fiska Permata Sari, Nazaruddin Aziz. "PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA YANG DIMEDIASI OLEH MOTIVASI KERJA KARYAWAN ROCKY PLAZA HOTEL PADANG", Open Science Framework, 2019

Publication

<1 %

40

Setyarini, Any. "Membangun Masalah Brand Resonance: Upaya Peningkatan Marketing Performance", Universitas Islam Sultan Agung (Indonesia), 2024

Publication

<1 %

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On