



PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA HOME INDUSTRI PENGRAJIN TAHU SUMEDANG MULYASARI DI TANGERANG SELATAN

¹Haris Maulana, ²Khalifah Damalin Ayunda, ³Dorkas Maghu Ate, ^{4*}Sarwani

Universitas Pamulang, Tangerang Selatan, Banten, Indonesia

[1harismaulana5543@gmail.com](mailto:harismaulana5543@gmail.com), [2khalifaayunda8@gmail.com](mailto:khalifaayunda8@gmail.com), [3dorkasmaghuate@gmail.com](mailto:dorkasmaghuate@gmail.com),

[4*dosen00005@unpam.ac.id](mailto:dosen00005@unpam.ac.id)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Home Industri Pengrajin Tahu Sumedang Mulyasari di Tangerang Selatan. Metode yang digunakan adalah explanatory research dengan sampel sebanyak 96 responden. Teknik analisis menggunakan analisis statistik dengan pengujian regresi, korelasi, determinasi dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini variabel kualitas produk diperoleh rata-rata skor sebesar 3,412 dengan kriteria baik. Variabel keputusan pembelian diperoleh rata-rata skor sebesar 3,836 dengan kriteria baik. Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 10,110 + 0,828X$, dan nilai korelasi 0,760 atau kuat dengan determinasi 57,8%. Uji hipotesis diperoleh signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality on consumer purchasing decisions at the Home Industry of Tofu Craftsman Sumedang Mulyasari in South Tangerang. The method used is explanatory research with a sample of 96 respondents. The analysis technique uses statistical analysis with regression, correlation, determination and hypothesis testing. The results of this study variable product quality obtained an average score of 3,412 with good criteria. The purchasing decision variable obtained an average score of 3.836 with good criteria. Product quality has a significant effect on purchasing decisions with the regression equation $Y = 10.110 + 0.828X$, and the correlation value is 0.760 or strong with a determination of 57.8%. Hypothesis testing obtained a significance of $0.000 < 0.05$.

Keywords: Product Quality, Purchase Decision

PENDAHULUAN

Pada era industri 4.0 persaingan bisnis dalam bidang makanan dari tahun ketahun semakin mengalami peningkatan, masing-masing perusahaan dituntut berperan serta dalam bersaing tersebut. Salah satu faktor yang bisa menjadi persaingan adalah kualitas, dengan adanya persaingan kualitas maka setiap perusahaan diharuskan melakukan perbaikan kualitas secara terus menerus untuk bisa bersaing didalam kompetensi kualitas. Menjaga kualitas akan mampu menjaga kepercayaan konsumen terhadap produksi dan dapat diterima oleh konsumen.

Industri rumah tangga atau home industri merupakan suatu peluang usaha yang mulai bermunculan dalam era sekarang karena semakin sempitnya lapangan kerja yang tersedia. Industri semacam ini dapat dikelola di lingkungan rumah atau bahkan di dalam rumah sehingga dapat dipantau setiap saat. Usaha kecil semacam ini biasanya dikelola oleh orang-orang yang memiliki hubungan kekerabatan. Modal yang dibutuhkan usaha ini juga cenderung lebih kecil dan alat-alat yang digunakan bersifat manual.

Di Indonesia, home industri berkembang sangat pesat dengan berbagai produk unggulan khas daerah masing-

masing. Meskipun begitu, home industri dihadapkan pada berbagai permasalahan klasik yang membutuhkan komitmen kuat dari pemilik/pengusaha home industri tersebut untuk menyelesaikannya. Salah satu masalah yang dihadapi adalah mengenai kualitas produk, belum adanya standarisasi terhadap produk-produk unggulan lokal dinilai dapat menyulitkan pengusaha untuk melakukan ekspor atau memasarkan produknya keluar daerah. Namun hal ini masih dirasa sangat sulit untuk diterapkan oleh semua pengusaha karena berbagai kendala, misalnya kendala untuk menentukan standar kualitas produk. Hal ini dikarenakan masih banyak pengusaha UMKM yang kebanyakan hanya menerapkan metode sederhana terkait pemilihan bahan baku, penggunaan bahan pangan yang tidak berbahaya, proses produksi yang kurang higienis, penentuan ukuran produk juga berdasarkan intuisi dari pemilik usaha tersebut.

Peraturan perundangan di Indonesia menyebutkan bahwa setiap produk yang dijual harus memenuhi standar yang ditetapkan oleh badan atau lembaga terkait. Untuk jenis produk makanan, minuman dan obat harus memenuhi standar dari BPOM dan label halal dari badan keagamaan MUI (Majelis Ulama Indonesia). Namun hal ini masih dirasa sangat sulit untuk diterapkan oleh semua pengusaha karena berbagai kendala, khususnya pada standar kualitas.

Ketatnya persaingan antar industri

Tabel 1. Data Penjualan Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari Tahun 2017-2021

Tahun	Target (Papan)	Pencapaian(Papan)	Persentase (%)	Keterangan
2017	55	58.204	105,8%	Tercapai
2018	72	73.541	102%	Tercapai
2019	75	68.832	92%	Tidak Tercapai
2020	55	25.057	46%	Tidak Tercapai
2021	55	42.181	76,6%	Tidak Tercapai
Total	312	267.814	85,8%	Tidak Tercapai

Sumber: Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari 2022

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat terlihat bahwa penjualan tahu di Pengrajin Tahu Mulya Sari mengalami kenaikan yang cukup signifikan dan melebihi target penjualan pada tahun 2018 dengan total penjualan sebanyak 73.541

terjadi disemua jenis bidang usaha, salah satunya persaingan pada industri makanan. Tahu merupakan makanan yang populer di kalangan masyarakat Indonesia. Hampir dari semua golongan mengenal dan menyukai tahu. Perusahaan tahu melakukan persaingan pada kualitas produk serta harga, maka dari itu hal ini mengharuskan perusahaan untuk menyajikan produk tahu yang berkualitas dan harga yang murah sehingga dapat bertahan dan memenangkan persaingan, serta produk tahu yang dihasilkan akan dapat diterima baik oleh masyarakat.

Saat ini persaingan industri pengolah tahu sudah semakin ketat, hal ini dapat dilihat dari banyaknya jumlah industri tahu dalam satu wilayah kota atau kabupaten. Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari adalah salah satu usaha yang memproduksi jenis tahu (mentah) sumedang. Sebagai sebuah usaha skala industri rumah tangga, Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari memiliki banyak pesaing, sehingga untuk mampu bertahan dan memenangkan persaingan perlu memperhatikan aspek kualitas dari produk tahu yang dihasilkan dan harganya.

Namun pada akhir-akhir ini penjualan Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari mengalami penurunan yang cukup signifikan, hal ini dikarenakan kualitas tahunya yang menurun serta harganya yang sedikit lebih mahal dari pesaingnya. Berikut adalah data penjualan Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari dari tahun 2017-2021.

papan. Namun pada tahun 2019 dengan target yang sama penjualan menurun menjadi 68.832. Pada tahun 2020 target penjualan diturunkan menjadi 55.000 papan, hal ini karena pada saat itu sedang terjadi krisis ekonomi yang disebabkan

pandemi Covid-19, namun penjualan tetap saja masih belum mencapai target yang diinginkan oleh pemilik usaha. Pada tahun 2021 dengan target yang sama seperti tahun sebelumnya, penjualan mengalami peningkatan sebesar 42.181. Namun angka ini masih belum bisa mencapai target yang diinginkan yaitu sebesar 55.000 penjualan.

Penurunan penjualan yang terjadi pada Pengrajin Tahu Sumedang Mulya sari

disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya seperti yang menjadi fokus masalah pada penelitian ini, yaitu kualitas tahu yang mengalami penurunan, dan harga jual yang terlalu tinggi daripada pesaingnya.

Berikut adalah data hasil survey peneliti terhadap kualitas produk tahu yang ada di Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari:

Tabel 2. Data Klasifikasi Produk Tahu Cacat

Jenis Cacat	Status Cacat		Keterangan
	Ya	Tidak	
Cacat Tekstur	✓		Terlalu lembek atau mudah hancur
Cacat Warna		✓	Warna bagus
Cacat Kotoran	✓		Terdapat kotoran (debu) pada tahu
Cacat Adonan	✓		Tidak mengembang atau bantat ketika digoreng
Cacat Rasa	✓		Tidak memili rasa (gurih)

Sumber: Hasil observasi peneliti, 2022

Dari tabel di atas terlihat bahwa masih banyak kecacatan-kecacatan produksi tahu pada Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari. Dimulai dari teksturnya yang terkadang terlalu lembek, terdapat kotoran yang menempel pada tahu, dan terkadang ada keluhan dari konsumen terkait tahu yang

tidak mengembang saat digoreng. Kecacatan di atas dapat terjadi karena kurangnya pengendalian mutu yang dilakukan oleh pemilik usaha tersebut. Berikut adalah tabel pengendalian mutu yang peneliti dapat dari hasil wawancara:

Tabel 3. Deskripsi Pengendalian Mutu

No	Aspek Pengendalian Mutu	Penerapan		Keterangan
		Sudah	Belum	
1	Memiliki standar operasional prosedur (SOP) produksi pengolahan tahu.		✓	SOP belum diterapkan karena selama ini hanya mengandalkan proses pengolahan sesuai dengan pengetahuan turun temurun.
2	Menerapkan pengendalian mutu karyawan.		✓	Pengendalian mutu karyawan belum diterapkan karena hanya kadang-kadang saja dilaksanakan.
3	Menerapkan pengendalian mutu bahan baku yang digunakan. a. Kedelai b. Air c. Cuka	✓		Penerapan pengendalian mutu bahan baku seperti kedelai, ragi, air dan cuka sudah dilakukan namun masih belum maksimal karena hanya dilihat secara sekilas dan kadang-kadang.
4	Menerapkan pengendalian mutu pada alat dan mesin produksi.		✓	Penerapan pengendalian mutu pada alat hanya di laksanakan kadang-kadang.
5	Menerapkan pengendalian mutu proses produksi.		✓	penerapan pengendalian mutu proses produksi belum dilaksanakan hanya dilihat sekilas dan kadang-kadang.
6	Menerapkan pengendalian mutu pada produk tahu yang dihasilkan.		✓	Penerapan pengendalian mutu produk belum dilaksanakan karena langsung dijual kepada konsumen tanpa memperhatikan cacat produk.

Sumber: Data primer diolah peneliti, 2022

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa pengendalian mutu yang ada di Pengrajin Tahu Mulya Sari masih belum sering dilakukan. Hal tersebut tentu akan berdampak negatif terhadap proses produksi sampai terciptanya sebuah hasil produksi.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan yang ada di latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Home Industri Pengrajin Tahu Sumedang Mulya Sari di Tangerang Selatan)".

TINJAUAN PUSTAKA

1. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2019) "Kualitas Produk merupakan sesuatu yang bisa ditawarkan kepada konsumen untuk diperhatikan, dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi yang bias memuaskan keinginan dan kebutuhan". Lebih lanjut dijelaskan bahwa di dalam memuaskan konsumen, ada beberapa indikator kualitas produk yaitu: Kinerja (*Performance*), Daya tahan (*Durability*), Kesesuaian (*Conformance*), Fitur (*Features*), Estetika (*Aesthetics*).

2. Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2019) berpendapat "perilaku konsumen merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap yang dilakukan konsumen. Kelima tahap tersebut adalah pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian". Adapun indikator

keputusan pembelian meliputi sebagai berikut: Pengenalan Masalah, Pencarian informasi, Evaluasi alternatif, Keputusan pembelian, Perilaku pasca pembelian.

METODE

Populasi

Populasi dalam penelitian ini berjumlah pembelian Home Industri Pengrajin Tahu Sumedang Mulyasari di Tangerang Selatan yang berjumlah 96 responden.

Sampel

Teknik pengambilan sampling dalam penelitian ini adalah sampel jenuh, dimana semua anggota populasi dijasikan sebagai sampel. Dengan demikian sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 responden.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dipakai adalah asosiatif, dimana tujuannya adalah untuk mengetahui mencari keterhubungan antara variabel independen terhadap variabel dependennya dalam hal ini kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Metode Analisis Data

Dalam menganalisis data, penulis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis regresi linier sederhana, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi dan uji hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Analisis Deskriptif

Pada pengujian ini digunakan untuk mengetahui skor minimum dan maksimum skor tertinggi, *rating score* dan standar deviasi dari masing-masing variabel. Adapun hasilnya sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Analisis *Descriptive Statistics*

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk (X)	96	28	44	34.12	3.742
Keputusan Pembelian (Y)	96	29	49	38.36	4.076
Valid N (listwise)	96				

Kualitas Produk diperoleh *varians* minimum sebesar 28 dan *varians*

maximum 44 dengan *rating score* sebesar 3,412 dengan standar deviasi 3742.

Keputusan pembelian diperoleh *varians* minimum sebesar 29 dan *varians maximum* 49 dengan *rating score* sebesar 3,836 dengan standar deviasi 4,076.

2. Analisis Verifikatif

Pada analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel

dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

3. Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi ini dimaksudkan untuk mengetahui perubahan variabel dependen jika variabel independen mengalami perubahan. Adapun hasil pengujiannya sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil Pengujian Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.110	2.505		4.036	.000
Kualitas Produk (X)	.828	.073	.760	11.345	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh persamaan regresi $Y = 10,110 + 0,828X$. Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Konstanta diperoleh sebesar 10,110 diartikan jika kualitas produk tidak ada atau konstan, maka telah terdapat nilai keputusan pembelian sebesar 10,110 point.
- b. Koefisien regresi kualitas produk diperoleh sebesar 0,828, dimana

angka tersebut positif artinya setiap ada peningkatan kualitas produk sebesar 0,828 point maka keputusan pembelian juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,828 point.

4. Analisis Koefisien Korelasi

Analisis koefisien korelasi ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat kekuatan hubungan dari variabel independen terhadap variabel dependen baik. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

		Kualitas Produk (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Kualitas Produk (X)	Pearson Correlation	1	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	.760**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	

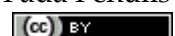
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Listwise N=96

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,760 artinya kualitas produk memiliki hubungan yang kuat terhadap keputusan pembelian.

5. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya persentase pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen. Adapun hasil pengujian sebagai berikut:



Tabel 7. Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.760 ^a	.578	.573	2.662

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

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi sebesar 0,578 artinya kualitas produk memiliki kontribusi pengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 57,8% dan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dilakukan penelitian.

a. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dengan uji t digunakan dengan tujuan untuk mengetahui hipotesis mana yang diterima.

Rumusan hipotesis: Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.

Tabel 8. Hasil Uji Hipotesis Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	10.110	2.505		4.036	.000
Kualitas Produk (X)	.828	.073	.760	11.345	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel di atas, diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,345 > 1,986), dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

sebesar 3,836 dimana angka tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju, artinya keputusan pembelian sudah dalam keadaan baik.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Kondisi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan responden, variabel kualitas produk diperoleh nilai *rating score* sebesar 3,412 dimana angka tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju, artinya kualitas instrinsik sudah dalam keadaan baik.

2. Kondisi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil jawaban yang diberikan responden, variabel keputusan pembelian diperoleh nilai *rating score*

3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,760 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan nilai kontribusi pengaruh sebesar 57,8%. Pengujian hipotesis diperoleh nilai t hitung > t tabel atau (11,345 > 1,986). Dengan demikian hipotesis yang diajukan bahwa terdapat berpengaruh signifikan positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian diterima.

PENUTUP

1. Kesimpulan

Setelah dilakukan pengujian data atas hasil penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- Variabel kualitas produk diperoleh nilai rating score sebesar 3,412 dimana nilai tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Variabel keputusan pembelian diperoleh nilai rating score sebesar 3,836 dimana nilai tersebut berada di rentang skala antara 3,40 - 4,19 dengan kriteria baik atau setuju.
- Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai persamaan regresi $Y = 17,517 + 0,565X$, nilai koefisien korelasi sebesar 0,760 atau memiliki tingkat hubungan yang kuat dengan kontribusi pengaruh sebesar 57,8% sedangkan sisanya sebesar 42,2% dipengaruhi faktor lain. Uji hipotesis diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel atau ($11,345 > 1,986$) dan hal ini juga diperkuat dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$.

2. Saran

Setelah dilakukan penarikan kesimpulan dari hasil penelitian ini, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

- Perusahaan harus mampu menjamin kualitas bangunan serta keamanan komplek agar penghuninya merasa nyaman
- Perusahaan harus mampu melakukan inovasi produknya agar konsumen memiliki varian yang beragam sehingga memungkinkan konsumen setia membeli produk yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

Algifari. (2015). *"Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi"*. Yogyakarta: BPFPE.

- Arikunto, Suharsimi (2014). *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*. Tangerang Selatan: Rineka Cipta.
- Edi Sutrisno (2016). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Tangerang Selatan: Prenadamedia Group.
- Fandy Tjiptono (2017), *Service Quality and Satisfaction*. Tangerang Selatan: Edisi tiga. Andi.
- Freddy Rangkuti (2016) *Strategi Promosi Yang Kreatif*, Edisi Pertama, Cetakan Pertama Tangerang Selatan: Gramedia Pustaka Utama
- Freed Luthans (2016) *Organizational Behavior*, McGraw-Hill, New York.
- Gerry Dessler (2016) *Human Resources Management*, Prenticehall, London: International Inc.
- Griffin R.W., & Ronald, J.E. (2003). *Dasar-Dasar Pemasaran*. Tangerang Selatan: Raja
- Handoko (2016) *Manajemen Personalialia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: BPFPE.
- Hasibuan (2016) *"Manajemen Sumber Daya Manusia"*. Haji Masagung. Tangerang Selatan.
- Henry Simamora (2005), *Manajemen Sumber Daya Manusia*, STIE YKPN Bandung.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Keputusan Pembelian*. Alfabeta, Bandung.
- Imam Ghozali (2017). *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Istijanto (2014) *"Riset Sumber Daya Manusia"*. Tangerang Selatan: PT. Gramedia Pustaka.
- Jusuf, D. I., Narimawati, U., Munandar, D., Sunarsi, D., & Jasmani, J. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Properti pada Bintaro Resident di Tangerang Selatan*. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 5(1), 161-169.
- Keller dan Armstrong (2017) *"Prinsip-prinsip Pemasaran"*. Edisi Kedua Belas". Jilid Satu. Tangerang Selatan: Erlangga.
- Kevin Keller dan Armstrong (2017) *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi Kedua Belas,

- Jilid Satu, Tangerang Selatan: Erlangga.
- Kharis, Ismu Fadli (2011). *“Studi Mengenai Impulse Buying dalam Penjualan Online”*. Semarang : Skripsi Universitas Diponegoro
- Kotler & Keller (2016) *“Manajemen Pemasaran”*. PT. Macaman Jaya Cemerlang. Tangerang Selatan.
- Kotler (2016) *“Manajemen Pemasaran”*. Edisi Keempat belas, Tangerang Selatan: PT. Indeks.
- Lupiyadi, Rambat (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa edisi 2* , Tangerang Selatan : Salemba Empat.
- Sudjana (2014) *“Metode Statistika”*, Bandung: Tarsido.
- Sugiyono (2017), *“Metode Penelitian Administrasi : dilengkapi dengan Metode R & D”*. Bandung: Alfabeta.
- Suhartanto (2014). *“Metode Riset Pemasaran”*. Bandung: Alfabeta.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Utarinda, D., Haryadi, R. N., Al Farisi, M. S., Mutaufiq, A., & Eliza, E. (2022). *Pelatihan Manajemen Bisnis Kedelai dalam Meningkatkan Kualitas Produk bagi Pelaku Usaha Kedelai di Purwokarta*. *Jurnal Surya Masyarakat*, 4(2), 264-269.