

Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Intan Permata Putri¹, Retno Wulansari²

¹Mahasiswa Manajemen (NIM. 171010506579)¹ Universitas Pamulang; intanputri2911@gmail.com¹

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang; dosen00568@unpam.ac.id^{2*}

Received 22 Maret 2022 | Revised 25 Maret 2022 | Accepted 25 Maret 2022

*Korespondensi Penulis

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah berkunjung dan membeli di Outlet Ayam Bakar Irzah. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 96 responden. Teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heterokedastisitas, uji autokorelasi, analisis regresi linear sederhana, analisis regresi linear berganda, analisis koefisien korelasi, analisis koefisien determinasi, pengujian hipotesis yaitu uji t dan uji f. Ada pengaruh Kualitas Produk secara parsial dengan nilai $t = 12,226$, ada pengaruh Harga secara parsial dengan nilai $t = 11,776$, ada pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan dengan nilai $f = 79,607$. Secara keseluruhan Kualitas Produk dan Harga mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Kualitas Produk; Harga; Keputusan Pembelian

Abstract

The purpose of this study was to find out the effect of product quality and price on customer purchase decision at Outlet Ayam Bakar Irzah, Serua, Ciputat South Tangerang branch. This research used associative methods with quantitative approaches. The population in this study was all consumers who have visited and purchased in Ayam Bakar Irzah Outlet. The sample number of the study was 96 respondents. Sampling Technique was an accidental sampling. Data analysis techniques used in this study was a validity test, reliability test, classic assumption test i.e. normality test, test multicollinerity, heterokedastisitas test, autocorrelation test, simple linear regression analysis, multiple linear regression, correlation coefficient analysis, determination coefficient analysis, testing Hypotheses are the t and f test. There was a partial product quality effect with a value of $t = 12,226$, there was a partial Price effect with a value of $t = 11,776$, there was also an effect of Quality Product and Price simultaneously with a value of $f = 79,607$. Overall the Product Quality and Price affects the purchase decision by 63.1% and the remaining influenced by other factors by 36.9%.

Keywords: Quality Product; Price; Customer Decisions

PENDAHULUAN

Dunia bisnis di Indonesia tiap tahun mengalami perkembangan yang semakin meningkat pesat, banyaknya orang yang meninggalkan pekerjaan utama demi membuka bisnis sendiri karena keuntungan yang didapat lebih pasti. Di Indonesia sendiri tidak sedikit jumlah jenis-jenis bisnis yang mulai berkembang, salah satunya adalah bisnis kuliner. Dalam bisnis kuliner harus bisa menciptakan banyak inovasi-inovasi baru untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen, sehingga para pelaku usaha dituntut untuk memiliki sesuatu yang bisa menciptakan dan selalu berpikir bagaimana caranya untuk bisa menarik para konsumen agar menjadikan usaha yang mereka bangun terlihat berbeda dengan usaha kuliner lainnya. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada kuartal II/2021, industri makanan dan minuman tumbuh 2,95 persen secara year-on-year, naik dari 2,45 persen pada triwulan sebelumnya. Sementara itu secara quarter-to-quarter industri ini tumbuh 2,37 persen (ekonomi.bisnis.com).

Saat ini penjualan di bidang kuliner sangatlah bervariasi, kuliner sendiri merupakan salah satu hasil budaya yang erat kaitannya dengan masyarakat. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pelaku bisnis kuliner dengan bersaing semakin ketat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dengan produk yang ditawarkan, memang bisnis kuliner ini sangat menjanjikan dan paling banyak digandrungi masyarakat, sebab makanan merupakan kebutuhan pokok yang harus dipenuhi setiap hari, umumnya pengolahan makanan selalu berusaha untuk menghasilkan produk yang berkualitas baik. Dengan berbagai macam jenis makanan, minuman, sampai jajanan yang ditawarkan dengan bertujuan untuk dapat memanjakan lidah dari para penikmat kuliner. Semakin enak dan lezat makanan yang dibuat maka bisnis kuliner akan semakin dikenal banyak orang sehingga para

konsumen akan memutuskan membeli produk yang di tawarkan.

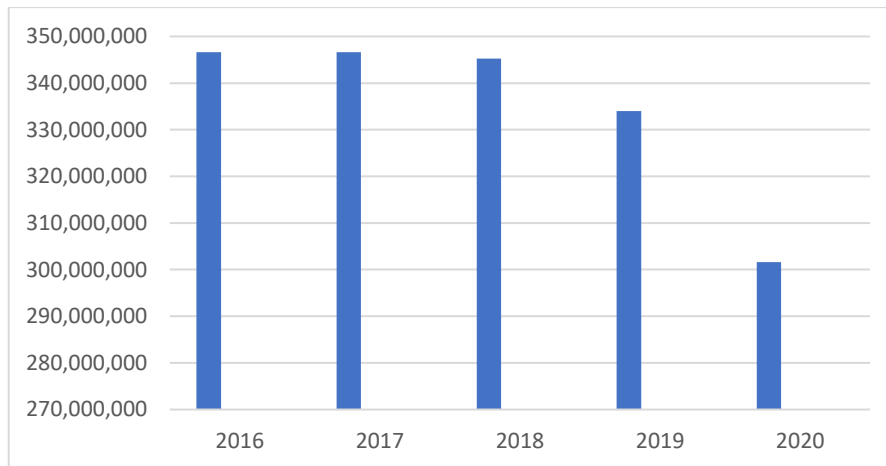
Salah satu bisnis kuliner yang banyak menyajikan makanan dibuat dari bahan dasar daging ayam. Olahan daging ayam yang banyak dicari serta dikonsumsi masyarakat salah satunya adalah ayam bakar. Ayam bakar merupakan menu makanan yang berasal dari bahan baku ayam yang diberikan bumbu berbagaimacam rempah pilihan dengan proses masak di bakar, mampu membuat citra rasa yang khas terutama bagi yang menyukai olahan daging ayam. Peluang bisnis ayambakar hingga saat ini terbuka cukup lebar, dengan pangsa pasar yang luas membuat bisnis ayam bakar dapat diperhitungkan sebagai usaha yang menguntungkan.

Outlet dengan menyajikan menu makanan ayam bakar yang diberikan nama “Outlet Ayam Bakar Irzah” berdiri sejak tahun 2015 dengan nama pemilik Ibu LiaAzizah. Outlet Ayam Bakar Irzah dibuka sejak pukul 10.00 – 20.00 WIB. Outlet Ayam Bakar Irzah untuk saat ini memiliki dua cabang yang berlokasi di daerah Legoso Raya no 14f dan di Jl.Aria Putra No.20, Serua Indah Ciputat. Outlet ini tergolong sepi pembeli karena masih dalam periode pandemi Covid-19, yang mengakibatkan penjualan yang dihasilkan mengalami penurunan yang cukup drastis dan Outlet Ayam Bakar Irzah hanya melayani *takeaway*. Outlet ini memiliki lokasi yang cukup strategis, tepat di pinggir jalan raya dan tempat parkir kendaraan yang cukup luas. Selain itu Outlet Ayam Bakar Irzah selalu mengadakan kegiatan sedekah Bersama dengan tema seram (Sedekah Rame-Rame Bersama Irzah) dan Outlet Ayam Bakar Irzah juga Menerima permintaan khusus dari pelanggan yaitu pesanan ayam bakar box. Pihak internal sudah melakukan upaya yang maksimal untuk menarik para pelanggan agar bisa berlangganan di Outlet ini, upaya yang dilakukan tentu saja dengan melakukan promosi dengan cara promosi ke media sosial salah satunya adalah melalui *instagram*.

Tabel 1. Data Penjualan Outlet Ayam Bakar Irzah

Bulan	Tahun				
	2016	2017	2018	2019	2020
Januari	29.437.000	28.215.000	28.734.000	28.632.000	26.393.000
Februari	29.298.000	28.362.000	28.538.000	28.385.000	26.346.000
Maret	28.282.000	28.581.000	28.635.000	27.364.000	26.132.000
April	28.370.000	29.040.000	29.220.000	28.386.000	25.890.000
Mei	28.385.000	29.228.000	28.300.000	27.163.000	25.766.000
Juni	29.242.000	28.978.000	28.946.000	27.972.000	25.543.000
juli	28.895.000	29.342.000	28.300.000	27.770.000	24.999.000
Agustus	28.895.000	29.105.000	29.495.000	28.843.000	24.789.000
September	29.156.000	28.766.000	29.372.000	28.330.000	24.567.000
Oktober	28.874.000	28.780.000	28.548.000	27.665.000	23.455.000
November	28.536.000	28.864.000	28.536.000	26.885.000	23.413.000
Desember	29.025.000	29.346.000	28.610.000	26.637.000	24.305.000
Total	346.605.000	346.607.000	345.234.000	334.032.000	301.598.000

Sumber : Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat



Sumber : Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat

Gambar 1. Diagram Dara Penjualan Outlet Ayam Bakar Irzah

Berdasarkan data yang tertera menunjukkan bahwa pada tahun 2016 dan tahun 2017 hasil penjualan masih terlihat stabil, pada tahun 2018 penjualan sebesar Rp.345.234.000 mulai mengalami penurunan, sedangkan tahun 2019 tetap mengalami penurunan sebesar 334.032.000 dan tahun 2020 penjualan mengalami penurunan drastis sebesar Rp.301.598.000 dikarenakan pada tahun ini terjadinya pandemic Covid-19, yang mengakibatkan turunnya minat konsumen untuk membeli Ayam Bakar Irzah. Padahal dari pihak internal sudah melakukan promosi untuk menarik

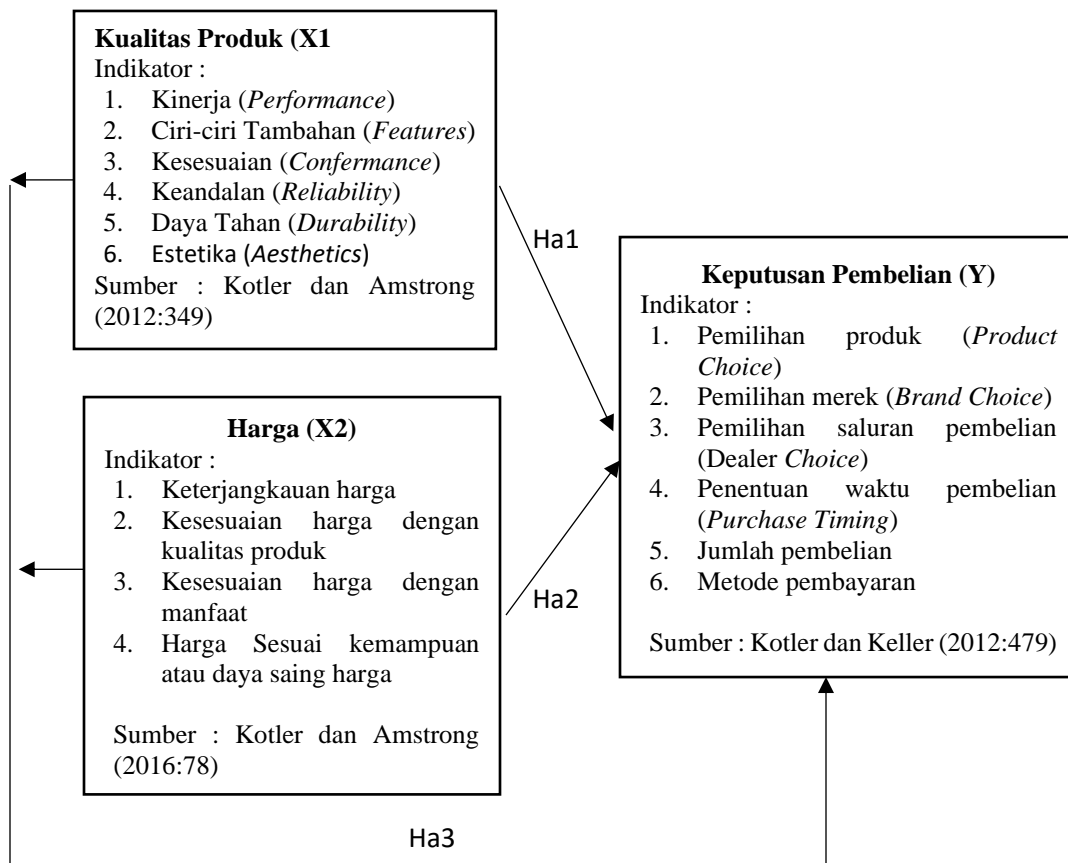
pelanggan agar bisa berlangganan.

Agar dapat bersaing, Outlet Ayam Bakar Irzah harus memiliki strategi-strategi penjualan dan dapat lebih meningkatkan penjualan. Kualitas produk dan harga menjadi perhatian setiap pebisnis dalam menjalankan bisnis kuliner karena hal itu menjadi pertimbangan yang cukup kuat bagi para konsumen untuk melakukan pembelian berulang. Harga yang terjangkau dan penciptaan kualitas produk yang baik menjadi strategi setiap pebisnis maupun Outlet Ayam Bakar Irzah untuk menarik calon konsumen dan mempertahankan konsumen yang sudah ada. Proses pengambilan

keputusan diawali pada saat konsumen mempunyai sebuah kebutuhan, lalu konsumen tertarik pada sebuah produk untuk dibeli. Namun sebelum melakukan pembelian konsumen mencari informasi yang berhubungan dengan produk yang akan dibeli dan konsumen mulai mempunyai minat untuk membeli produk tersebut. Konsumen juga tidak berhenti pada keputusan pembelian saja, konsumen harus melakukan keputusan yang telah diambil.

Kerangka Berpikir

Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2017:60) mendefinisikan bahwa “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai factor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting”. Kerangka berpikir penelitian ini seperti ditunjukkan pada gambar 1.



Gambar 2. Kerangka Berpikir Penelitian

Hipotesis

- Ha1: “Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan”.
- Ha2: “Terdapat pengaruh antara harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat

Tangerang Selatan”

- Ha3: “Terdapat pengaruh antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan”.

METODE

Jenis penelitian ini merupakan penelitian dengan metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif. “Metode asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih” (Sugiyono, 2017:36). Sedangkan “kuantitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan” (Sugiyono, 2017:7). Penelitian ini akan meneliti tentang pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Tangerang Selatan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di Outlet Ayam Bakar Irzah dengan menggunakan rumus Rao Purba untuk mencari sampel, maka di dapatkan hasil 96,04 dibulatkan menjadi sebesar 96 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Untuk mengelola uji validitas, peneliti menggunakan SPSS Versi 26 dengan kriteria jika nilai r hitung $>$ r tabel, maka “valid” dan jika nilai r hitung $<$ r tabel, maka tidak valid.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.735	0.200	Valid
2	0.742	0.200	Valid
3	0.768	0.200	Valid

Uji Reliabilitas

Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Cronbatch Alpha	Standart CronbatchAlpha	Ket.
Kualitas Produk(X1)	0.921	0.600	Reliabel
Harga (X2)	0.908	0.600	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0.906	0.600	Reliabel

Sumber : Output SPSS Versi 26

4	0.844	0.200	Valid
5	0.758	0.200	Valid
6	0.767	0.200	Valid
7	0.840	0.200	Valid
8	0.639	0.200	Valid
9	0.799	0.200	Valid
10	0.776	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS
Versi 26

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Harga (X2)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.811	0.200	Valid
2	0.902	0.200	Valid
3	0.817	0.200	Valid
4	0.802	0.200	Valid
5	0.778	0.200	Valid
6	0.792	0.200	Valid
7	0.756	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS
Versi 26

Tabel 4. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keputusan
1	0.725	0.200	Valid
2	0.842	0.200	Valid
3	0.855	0.200	Valid
4	0.798	0.200	Valid
5	0.842	0.200	Valid
6	0.821	0.200	Valid
7	0.746	0.200	Valid

Sumber : Output SPSS Versi 26

Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid karena r hitung $>$ r tabel (0,200)

Berdasarkan hasil pengujian pada tabel diatas, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Keputusan

Pembelian (Y) dinyatakan reliabel, hal ini dibuktikan dengan masing- masing variabel memiliki nilai *Cronbatch Alpha* lebih dari 0,600.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 6. Uji Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
(Constant)	1.849	2.104		.879	.382
Kualitas Produk (X1)	.377	.127	.476	2.983	.004
Harga (X2)	.369	.176	.334	2.092	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil analisis perhitungan regresi pada tabel diatas, maka dapat diperoleh persamaan regresi $Y = 1,849 + 0,377 X_1 + 0,369 X_2$. Dari persamaan diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

- a. Nilai a sebesar 1,849 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Jika variabel independent tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan.
- b. b1 (nilai koefisien regresi X1) sebesar 0,377, menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk

mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 varian variabel Kualitas Produk maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,377 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

- c. b2 (nilai koefisien regresi X2) sebesar 0,369 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel Harga maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.369 dengan asumsi bahwa variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.631	.623	2.63955

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

Berdasarkan pada hasil pengujian tabel diatas, diperoleh nilai Koefisien Determinasi sebesar 0,631. hal ini mengandung arti bahwa pengaruh variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y yaitu sebesar 63,1% dan sisanya sebesar 36,9% dipengaruhi oleh factor lain.

Uji Parsial (Uji t)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y secara parsial maka digunakan uji t, serta mengetahui pengaruh masing-masing atau secara parsial variabel independent terhadap variabel dependen.

**Tabel 8. Uji Parsial (Uji t)
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
Kualitas Produk	.621	.051	.784	12.226	.000
Harga	.852	.072	.772	11.776	.000

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas bahwa :

- a. nilai signifikansi pada variabel kualitas produk sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *thitung* $> t_{tabel}$ atau ($12,226 > 1,986$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian.
- b. nilai signifikansi pada variabel harga (X2) sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *thitung* $> t_{tabel}$ atau ($11,776 > 1,986$) dapat disimpulkan

bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel harga (X2) secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

Uji Simultan (Uji f)

Untuk menguji variabel yang berpengaruh antara X1 dan X2 terhadap Y secara Bersama-sama (simultan) maka digunakan uji f. pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independent yang terdapat dalam model penelitian secara Bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen.

**Tabel 9. Uji Simultan (Uji f)
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1109.287	2	554.643	79.607	.000 ^b
Residual	647.953	93	6.967		
Total	1757.240	95			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Berdasarkan pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai *fhitung* $> f_{tabel}$ atau ($79,607 > 3,093$) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel X1 dan X2 secara simultan terhadap variabel Y.

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang selatan

Hasil nilai koefisien dari kualitas produk adalah 0,377, yakni bernilai positif yang berarti memiliki hubungan yang positif dengan keputusan pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 varian variabel Kualitas Produk maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0,377. Hasil uji t (parsial) dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan melihat tabel t. pada tabel tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Kemudian diketahui nilai

thitung adalah $12,226 > t_{tabel} 1,986$ yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Hasil nilai koefisien dari variabel harga adalah 0,369 menunjukkan bahwa variabel Harga mempunyai pengaruh yang positif terhadap Keputusan Pembelian yang berarti bahwa setiap kenaikan 1 variabel Harga maka akan mempengaruhi Keputusan Pembelian sebesar 0.369. Hasil uji t (parsial) menunjukkan bahwa variabel harga (X2) diperoleh nilai thitung sebesar $11,776 > t_{tabel} 1,986$ dengan nilai signifikansi dari variabel harga adalah $0,000 < 0,05$, maka harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dalam hal ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan

Nilai a sebesar 1,849 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Keputusan Pembelian belum dipengaruhi oleh variabel lainnya yaitu variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2). Jika variabel *independent* tidak ada maka variabel Keputusan Pembelian tidak mengalami perubahan. Hasil uji f (simultan) menunjukkan bahwa variabel keputusan pembelian (Y) diperoleh fhitung sebesar $79,607 > f_{tabel} 3,093$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara simultan terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan:

1. Berdasarkan hasil uji parsial maka kualitas produk terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh hasil uji t (parsial) antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan nilai thitung $12,226 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_01 ditolak dan H_{a1} diterima yang, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Berdasarkan hasil uji parsial maka harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan, dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh nilai thitung sebesar $11,776 > t_{tabel} 1,986$ dan nilai signifikansi dari variabel harga adalah $0,000 < 0,05$, maka H_02 ditolak dan H_{a2} diterima, artinya bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian.
3. Berdasarkan hasil uji simultan maka kualitas produk dan harga terdapat pengaruh yang positif dan signifikan ini dilihat dari hasil uji hipotesis dimana diperoleh hasil pengujian pada nilai fhitung sebesar $79,607 > f_{tabel} 3,093$ dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_03 ditolak dan H_{a3} diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian pada Outlet Ayam Bakar Irzah Cabang Serua Ciputat Tangerang Selatan. Hasil dari penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu.

DAFTAR PUSTAKA

- Abi, Y. (2020). Pengaruh Brand Image Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kfc Di Kota Bengkulu. *Manajemen Insight: Jurnal Ilmiah Manajemen*, Vol.15 No.1, 95-107.
- Admin. (N.D.). Ayam Bakar Irzah. Retrieved From <https://Info-Kuliner.Com/Ayam-Nakar-Irzah/>

- Akeyodia. (2019, Desember 6). Peluang Bisnis Indonesia Dan Peluang Bisnis Untuk Jangka Panjang. Retrieved From <https://Akeyodia.Com/Peluang-Bisnis-Jangka-Panjang/>
- Algifari (2015). Analisis Regresi Untuk Bisnis Dan Ekonomi. Yogyakarta: Bpfe
- Alma, B. (2014). Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: CvAlfabeta.
- Arianto, N., & Albani, A. F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Pada Samsung Store Mall Bintaro Exchange. Jimf (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma), 1(3).
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Billy. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Restoran Gokana & Teppan Cabang Cinere Depok. Eprints : Universitas Pamulang, Tangerang Selatan.
- Budi Rahayu, T.P. (2017). Manajemen Pemasaran. Universitas Udayana.
- Candra,Y & Rifa'i,M. (2016). Dasar-Dasar Manajemen Mengoptimalkan Pengelolaan Organisasi Secara Efektif Dan Efisien. Medan: Perdana Publishing.
- Dharmmesta, B. S. (2014). Manajemen Pemasaran. Bpfe:Yogyakarta.
- Haque, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. E-Mabis : Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis, Vol.21 No.1,31-38.
- Hendry Hartono, Dkk. (2012). Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni Dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai Objek Penelitian.
- Herman, A. (2013). Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Imam Ghozali (2017). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss. Edisi Kelima. Semarang: Badan Penerbit Undip. Jakarta: Erlangga.
- Jasmin, J. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Pada Pt.Baja Mandiri Di Jakarta. Jurnal Disrupsi Bisnis : Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen, Vol.1 No.1.
- Keller, K. D. (2012). Marketing Manajemen Edisi 14 Global Edition. PersonEducation.
- Kotler, P. &. (2012). Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Keduabelas Jilid Satu.
- Kotler, P. A. (2016). Marketing Management, 15th Edition New Jersey. PerasonPretice Hall.
- Kotler, P. D. (2014). Principle Of Marketing, 15th Edition. New Jersey. PearsonPretice Hall.
- Kusdirah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Batik Parang Kencana. Eprints : Universitas Pamulang,Tangerang Selatan.
- Lestari, R. (2021, September 06). 2021, Kemenperin Patok Pertumbuhan Industri Mamin 5 Persen. Retrieved from ekonomi. Bisnis.Com:<https://Ekonomi.Bisnis.Com/Read/20210906/257/1438655/2021kemenperin-Patok-Pertumbuhan-Industri-Mamin-5-Persen>
- Lestari, W. S., & Yusuf, A. (2019). Pengaruh Kualitas Makanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Steak Jongkok Karawang. Jurnal Ekonomi Manajemen, 5(2), 94-101.
- Nur Cahyani, Y. (2018). Pengaruh Produk, Harga, Lokasi Dan Fasilitas Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada "Rumah Makan Ayam Bakar Wong Solo Cab.Jember"). Undergraduete Thesis, Universitas Muhammadiyah Jember.
- Panjaitan, R. (2018). Manajemen Pemasaran. Semarang: Penerbit SukarnoPressindo.

- Pramudya, A. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Rumah Makan Ayam Bakar Pulomas). Undergraduate Thesis, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis.
- Putranto, I., & Kartoni, K. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tupperware (Studi Kasus Ibu Rumah Tangga Di Perumahan Kunciran-Tangerang). *Jurnal Mandiri: Ilmu Pengetahuan, Seni, Dan Teknologi*, 4(1), 94-104.
- Qwords. (2020, May 10). Pengertian & Fungsi Manajemen Yang Perlu Diketahui. Retrieved From <https://qwords.com/blog/fungsi-manajemen/>
- Retno Wulansari, R. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Bersaing Terhadap Kepuasan Pelanggan Tangki Air Penguin Pada Toko Bahan Bangunan Di Gading Serpong. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, Vol.3 No.2, 54-61.
- Rosa Indah, D. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Hargaterhadap Keputusan Pembelian Produk Hand Body Lotion Vaseline (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Samudra). *Jurnal Samudra Ekonomi Dan Bisnis*, Vol.11 No.1, 83-94.
- Sabran, B. (2012). *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Ind Jknpna*. Jakarta:Erlangga.
- Safitri, N. S., & Nani, N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Distributor Teh Botol Sosro Wilayah Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Perkusi*, 1(1), 56-61.
- Santoso, S. (2020). *Panduan Lengkap Spss 26*. Jakarta: Pt Elex MediaKomputindo.
- Saputra, D. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Roti Di Toko Roti Neng's Bakery Dan Cafe Indralaya. Undergraduate Thesis, Sriwijaya Unversity.
- Septiani, F., & Robianto, R. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Fastrata Buana Bogor. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(1), 21-27.
- Singgih Santoso (2015). *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: Pt Elex Media Komputindo
- Situmorang, S. &. (2012). *Analisis Data Untuk Riset Manajemen Dan Bisnis*. Medan: Usu Press.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Cv Alfabeta
- Sujarweni, V. (2015). *Metode Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Supriyatna, W., Rachmawan, A., & Zakaria, Z. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Peyek Kacang Diprodusen Peyek Berkah Bersaudara Bojong Sari, Depok, Jawa Barat. *Jurnal Semarak*, 4(2), 31-37.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa : Prinsip, Penerapan Dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa*. Gramedia.
- Urbansculinary. (2020, Februari 7). Tentang-Ayam Bakar Irzah. Retrieved From <https://ayambakarirzah.wordpress.com/blog/>