

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (STUDI KERIPIK DAUN KELOR KUBE MAJU BERSAMA)

Dwi Nazilawati¹, Hj, Iranita², Roni Kurniawan³

dwinazila03@gmail.com

Program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Maritim Raja Ali Haji

Abstract

This study aims to determine the effect of product quality on buying interest in KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the influence of price on the purchase intention of KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the influence of product quality on the purchasing decision of KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the effect of price on the purchasing decision of KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the influence of buying interest on the purchasing decision of KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the influence of product quality on purchasing decisions through buying interest in KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips, the effect of price on purchasing decisions through buying interest in KUBE Maju Bersama Moringa Leaf Chips. The population in this study were all consumers who had bought Moringa leaf chips at KUBE Maju Bersama. Determination of the sample using the incidental sampling method, with the sampling technique using the iteration formula to obtain 100 respondents. The data collection method used is a questionnaire/questionnaire. The analytical method used in this research is descriptive test, data quality test, classical assumption test, path analysis and hypothesis testing. The results of the analysis in this study indicate that product quality has a partial effect on buying interest, price has no partial effect on buying interest, product quality has a significant effect on purchasing decisions, price has no significant effect on purchasing decisions, buying interest has a partial effect on purchasing decisions, product quality mediates purchase decisions through buying interest, and price mediates purchase decisions through buying interest. Based on this research, KUBE Maju Bersama is expected to improve the quality of Moringa leaf chips and adjust prices to the purchasing power of consumers.

Keywords: *Product Quality, Price, Purchase Interest and Purchase Decision.*

I. Pendahuluan

Latar Belakang Masalah

Keberadaan industri rumah tangga telah mendapat kedudukan yang mantap, hal ini dikarenakan usaha industri kecil mampu menyerap banyak tenaga kerja, ikut melancarkan peredaran perekonomian negara dan sudah mulai mampu bersaing dengan perusahaan-perusahaan besar. Namun tidak dapat dihindari bahwa beberapa industri rumah tangga juga mengalami banyak permasalahan, Misalnya tidak mampu mempertahankan kualitas produk yang dimiliki, produk yang ditawarkan bersifat ikut-ikutan dan juga yang paling sering terjadi adalah tidak bisa mempertahankan kepercayaan konsumen sehingga membuat konsumen enggan melakukan pembelian berulang.

Proses pengambilan keputusan pembelian oleh konsumen dalam menentukan jenis produk yang akan dibeli menuntut pengusaha untuk memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harga yang ditawarkan. Ketika kualitas produk yang ditawarkan sesuai dengan harapan konsumen maka akan tercipta minat beli untuk melakukan pembelian suatu produk. Jika kinerja berada dibawah harapan, maka konsumen tidak puas. Sedangkan jika kinerja memenuhi harapan, maka akan menimbulkan kepuasan.

Dalam melakukan keputusan pembelian konsumen akan melihat seberapa baik kualitas produk yang ditawarkan. Dengan kualitas produk yang baik dan terpercaya, maka akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian. Hasil penelitian yang dilakukan Dewi (2019) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk menjadi salah satu faktor terpenting ketika konsumen akan melakukan pembelian.

Selain kualitas produk harga juga merupakan salah satu faktor yang menjadi perhatian para pelaku usaha. Harga yang sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan maka akan memberikan kepuasan terhadap konsumen. Suatu perusahaan harus menetapkan harga sesuai dengan nilai yang diberikan dan dapat dipahami oleh konsumen. Melalui harga dan kualitas produk yang bagus maka akan menimbulkan minat beli konsumen dalam memutuskan pembelian suatu produk.

Perkembangan bisnis kuliner termasuk cemilan di Kota Tanjungpinang dan Bintan sudah berkembang dengan sangat pesat. Salah satunya adalah keripik-keripik yang selalu dijadikan cemilan oleh konsumen. Ibu-ibu rumah tangga di Desa Teluk Bakau Bintan memanfaatkan peluang tersebut dengan cara membentuk kelompok industri rumah tangga yang diberi nama KUBE Maju Bersama. Produk yang ditawarkan oleh KUBE Maju Bersama yaitu berupa olahan keripik yang berasal dari daun kelor. Dengan kekreatifan ibu-ibu KUBE Maju Bersama mereka menjadikan daun kelor sebagai bahan utama dalam pembuatan keripik. Produk keripik daun kelor di KUBE Maju Bersama memiliki 3 variasi menu yaitu Gelombang Kelor, Kue Bawang Bilis Kelor, dan Kembang Goyang Kelor. Setiap menu dijual dengan harga Rp. 20.000 per bungkus.

Namun produk olahan daun kelor yang ditawarkan KUBE Maju Bersama masih belum terlalu menarik minat beli konsumen. Salah satu penyebabnya adalah olahan keripik daun kelor masih tergolong baru dikalangan masyarakat khususnya Tanjungpinang dan Bintan. Beberapa konsumen masih meragukan kelayakan untuk mengkonsumsi olahan daun kelor yang dijadikan cemilan, hal ini karena kurangnya pengetahuan konsumen tentang daun kelor yang ternyata bisa dikonsumsi. Apalagi produk KUBE Maju Bersama belum mengurus sertifikasi halal untuk produk keripik daun kelor yang dijual, padahal sudah banyak yang menawarkan untuk membantu mengurus masalah sertifikasi halal tersebut.

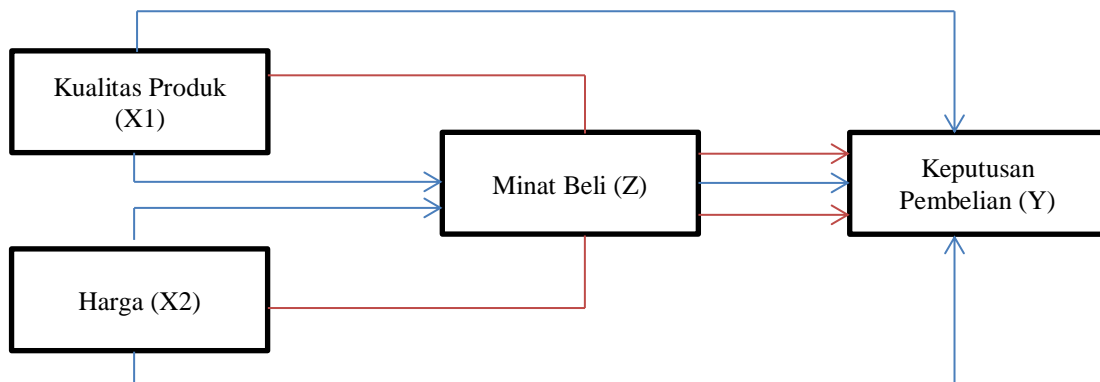
Selain itu, harga yang ditawarkan untuk produk keripik daun kelor dianggap cukup mahal dan tidak sesuai dengan isi dari keripik daun kelor perbungkusnya. Hal ini menyebabkan harga yang ditawarkan tidak mampu bersaing dengan produk lain yang telah lama beredar dipasaran. Permasalahan lain mengenai harga yang membuat konsumen menurun untuk melakukan pembelian yaitu perubahan harga yang tidak menentu. Minat beli keripik daun kelor selalu berkurang setiap bulannya. Penjualan akan naik hanya ketika ketika keripik daun kelor ikut sertakan dalam beberapa event. Faktor-faktor ini yang menyebabkan terjadinya fluktuasi pada volume pembelian keripik daun kelor.

Berdasarkan penjelasan fenomena-fenomena diatas maka diduga bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada pembelian keripik daun kelor. Untuk itu judul penelitian ini adalah “Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Daun Kelor Melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening* Pada KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau”

Rumusan Masalah

- 1) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen kripik daun kelor di KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau?
- 2) Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen kripik daun kelor di KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau?
- 3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau?
- 4) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kripik daun kelor KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau?
- 5) Apakah minat beli berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di kripik daun kelor KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau?
- 6) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kripik daun kelor KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau melalui minat beli?
- 7) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kripik daun kelor KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau melalui minat beli?

Kerangka Pemikiran



→ = Melalui Variabel Intervening

→ = Secara Langsung

II. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan program SPSS sebagai alat untuk menguji data. Adapun data yang digunakan adalah data primer, dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan Uji Statistik Deskriptif, Uji Kualitas Data, Uji Asumsi Klasik, Analisis Jalur (Path Analysis) dan Uji Hipotesis.

III. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan kepada konsumen yang pernah membeli dan mengonsumsi kripik daun kelor di KUBE Maju Bersama Desa Teluk Bakau dengan kualitas produk, harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli sebagai variabel *intervening*.

Hasil Uji Statistik Deskriptif

Menurut Ghozali (2016), analisis statistik digunakan untuk menggambarkan secara statistik dari variabel yang ada dalam penelitian ini, dilihat dari maksimum, mean dan standar deviasi. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga. Dengan penyebaran kuisisioner dalam bentuk pertanyaan-pertanyaan.

Tabel 1. Hasil Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KUALITAS PRODUK	100	31	44	37.11	3.181
HARGA	100	8	20	14.96	2.474
KEPUTUSAN PEMBELIAN	100	13	20	17.02	1.964
MINAT BELI	100	13	20	16.32	1.814
Valid N (listwise)	100				

Hasil Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Berikut merupakan hasil/output dari pengolahan uji validitas setiap variabel yang telah diolah melalui SPSS. Dasar pengambilan keputusan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jika nilai rhitung > rtabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
2. Jika nilai rhitung < rtabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pertanyaan	r _{hitung}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	P1	0,461	Valid
	P2	0,552	Valid
	P3	0,517	Valid
	P4	0,457	Valid
	P5	0,534	Valid
	P6	0,692	Valid
	P7	0,651	Valid
	P8	0,469	Valid
	P9	0,368	Valid
Harga (X2)	P1	0,691	Valid
	P2	0,808	Valid
	P3	0,750	Valid
	P4	0,633	Valid
Minat Beli (Z)	P1	0,736	Valid
	P2	0,742	Valid
	P3	0,699	Valid
	P4	0,770	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	P1	0,765	Valid
	P2	0,619	Valid
	P3	0,801	Valid
	P4	0,737	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa indikator kualitas pelayanan memperoleh nilai r hitung semua diatas r tabel ($df = n-2$); $100-2 = 98$, maka dapat disimpulkan semua indikator memenuhi kriteria valid. Begitu juga dengan nilai r untuk indikator tarif pengiriman, dan physical evidence memperoleh nilai r hitung semuanya diatas r tabel ($r_{hitung} > r_{tabel}$) dengan rtabel 0,1966 maka dapat disimpulkan semua indikator valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini diukur menggunakan teknik Cronbach's Alpha yaitu jika nilai Croncach's Alpha > 0,60, maka indikator yang terdapat pada suatu kuisioner dapat dikatakan

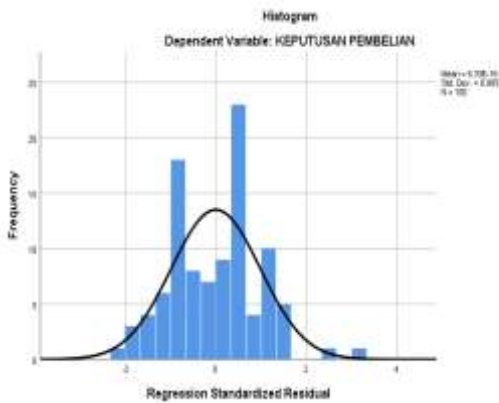
reliabel atau handal. Berikut merupakan hasil pengujian reliabilitas setiap variabel yang telah diolah melalui SPSS.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

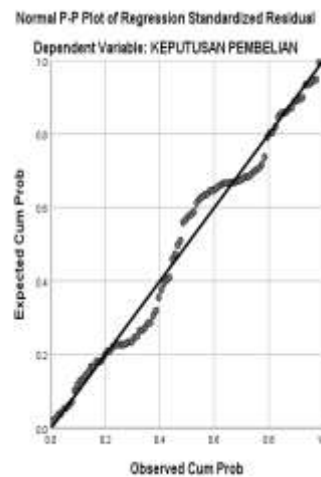
Variabel	Cut off	Nilai Cronbach's Alpha	Kesimpulan
Kualitas Produk	0,60	0,670	Reliabel
Harga	0,60	0,691	Reliabel
Minat Beli	0,60	0,712	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,60	0,698	Reliabel

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memperoleh Cronbach's Alpha sebesar 0,670, harga sebesar 0,691, minat beli 0,712 dan keputusan pembelian 0,698. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pernyataan pada kuisioner penelitian ini bersifat reliabel atau handal karena mempunyai nilai Cronbach Alpha > 0,60.

Hasil Uji Normalitas



Gambar 1. Grafik Histogram



Gambar 2. Grafik P-Plot

Tabel 4. Hasil Uji One-Sample Kalmongrov Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.22498600
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.086
	Negative	-.085
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)		.067 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : Data primer diolah, 2021

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016). Dari hasil uji normalitas seperti pada gambar 1 (Histogram) menampilkan output seperti gambar lonceng yang berarti membentuk pola distribusi normal. Kemudian pada gambar 2 (*Normal Probability Plot*), titik-titik menyebar mengikuti arah garis diagonalnya. Analisis grafik (Histogram dan *Normal Probability Plot*) memiliki kelemahan dan subjektif, maka dari itu dilakukan juga pengujian secara statistik dengan cara analisis uji K-S (*Kolmogorov-Smirnov*). Jika nilai signifikan *Kolmogorov-Smirnov* lebih besar dari α (0.05) maka dapat dikatakan data berdistribusi normal (Ghozali, 2016). Dari hasil pengujian seperti pada tabel 4, diperoleh skor signifikansi 0,067 > 0,05. Dengan demikian data dalam model telah terdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

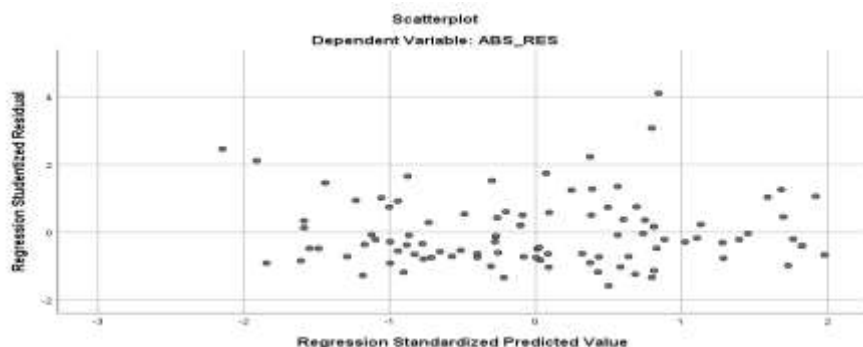
Tabel 5. Hasil Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Total_Kualitas_Produk	.768	1.302
	Total_Harga	.854	1.171
	Total_Minat_Beli	.791	1.264

a. Dependent Variable: Total_Keputusan_Pembelian

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah terdapat korelasi antara variabel bebas dalam penelitian. Untuk mendeteksi ada tidaknya multikolonieritas di dalam model regresi adalah dengan melihat nilai toleransi dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Berdasarkan hasil pengujian tabel 5, tidak ada satu pun variabel bebas yang memiliki nilai *Tolerance* < 0,10. Kemudian skor VIF juga memperlihatkan hasil yang sama bahwa tidak terdapat satu pun variabel bebas yang memiliki nilai VIF > 10. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel bebas dalam model tidak terdapat korelasi linier antara satu dengan lainnya, atau terbebas dari gejala multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas



Gambar 3. Hasil Uji Heteroskedisitas

Pada grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka nol pada sumbu Y. Hal ini dapat disimpulkan bahwa model regresi bersifat homoskedastisits atau tidak terjadi heterokedastisitas, sehingga model ini layak dipakai untuk memprediksi keputusan pembelian pada penelitian ini.

Hasil Uji Hipotesis Regresi Model I

Tabel 6. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

Model		Coefficients ^a		T	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.649	1.952		3.407	.001
	KUALITAS PRODUK	.209	.055	.366	3.813	.000
	HARGA	.128	.070	.175	1.817	.072

a. Dependent Variable: MINAT BELI

Regresi Model II

Tabel 7. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

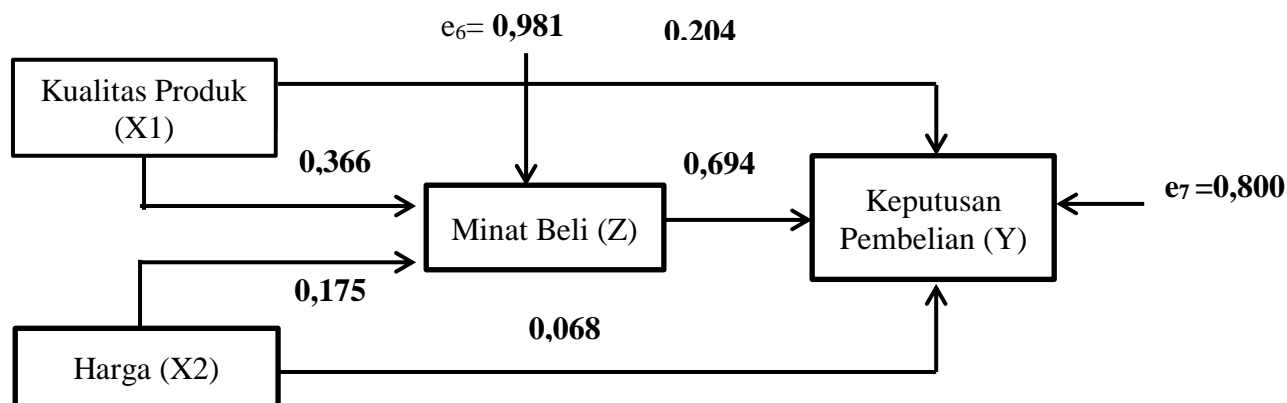
Model		Coefficients ^a		T	Sig.	
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.886	1.576		.562	.575
	KUALITAS PRODUK	.126	.045	.204	2.807	.006
	HARGA	-.054	.055	-.068	-.986	.327
	MINAT BELI	.752	.077	.694	9.703	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Analisis jalur (Path Analysis)

Untuk menguji pengaruh variabel *intervening* digunakan metode analisis jalur (*path analysis*). Analisis jalur merupakan perluasan dari analisis regresi linier berganda, atau analisis jalur adalah penggunaan analisis regresi untuk menaksir hubungan kausalitas antar variabel (*model casual*) yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan teori (Ghozali, 2016).

Hasil Analisis Jalur



Tabel 8. Hasil Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung

Variabel	Direct	Indirect	Total	Kriteria	Kesimpulan
Kualitas produk	0,204	0,254	0,57	<i>Direct effect < indirect effect</i>	Kualitas produk sebagai variabel intervening
Harga	0,068	0,121	0,243	<i>Direct effect < indirect effect</i>	Harga sebagai variabel intervening

Berdasarkan uraian diatas dapat dilihat bahwa H_6 dan H_7 diterima karena pengaruh tidak langsung kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli lebih besar dibandingkan pengaruh langsung kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*” maka dapat disimpulkan bahwa :

- 1) Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Coeffisient Sig* = 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan t_{hitung} 3,831 lebih besar dibanding t_{tabel} 1,9849, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama.
- 2) Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Coeffisient Sig* = 0,072 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 dan t_{hitung} 1,817 lebih kecil dibanding t_{tabel} 1,9849, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama.
- 3) Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Coeffisient Sig* = 0,006 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan t_{hitung} 2,087 lebih besar dibanding t_{tabel} 1,9849, sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama.
- 4) Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Coeffisient Sig* = 0,327 lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 dan t_{hitung} 0,986 lebih kecil dibanding t_{tabel} 1,9849, sehingga dapat disimpulkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama.
- 5) Minat beli berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai *Coeffisient Sig* = 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 dan t_{hitung} 9,703 lebih besar dibanding t_{tabel} 1,9849, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat beli berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen keripik daun kelor KUBE Maju Bersama.
- 6) Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen keripik daun kelor di KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai X_1Z 0,366 lebih besar dibandingkan nilai X_1Y (0,204), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli konsumen keripik Daun Kelor KUBE Maju Bersama
- 7) Harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian melalui minat beli konsumen keripik daun kelor di KUBE Maju Bersama. Hal ini dibuktikan dengan nilai X_1Z 0,175 lebih besar dibandingkan nilai X_1Y (0,068), sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas

produk mempengaruhi keputusan pembelian melalui minat beli konsumen keripik Daun Kelor KUBE Maju Bersama.

DAFTAR PUSTAKA

- Absor, Ulil. 2015. "Analisis Pengaruh Gaya Hidup, *World Of Mouth* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening pada *Dealer Honda*". Fakultas Ekonomi UNISSULA. Vol. 1 No. XII
- Adia, Nur. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan *Barista Coffee Shop & Roastery* Tanjungpinang Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening*". Skripsi.
- Cholofatul, Nurul. 2020. "Pengaruh Muslimah Endorser, Kualitas Produk Dan Islamic Advertising Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening". Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Salatiga. Skripsi.
- Dewi, Retry. 2019. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Smarthpone Melalui Minat Beli Sebagai Variabel Intervening". *eJournal Administrasi Bisnis*, Vol 7, No 4 .
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program Ibm Spss 23*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunarso, Karyawan. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Beras Premium dengan Minat Beli Sebagai Variabel *Intervening*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*. Vol 5 No. 3.
- Iranita, Akhirman, S Lia. 2017. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Hasil Penjualan Karet Alam Sumatera Barat". *eJournal Universitas Maritim Raja Ali Haji*.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Elisa Desy 2018. (*terj.* Penerbit Erlangga). Prinsip-Prinsip Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Lestari, Indah. 2020. Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Ulang Otak-Otak Sei Enam Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. Skripsi.
- Mega, Cindy. 2020. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada *Chicken Wolter* Monginsidi Di Kota Semarang)". *Jurnal Administarasi* Vol 9 No 3.
- Putri, Dyana Nugraheni. 2015. "Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening". *Jurnal Of Management*. Vol 5 No.1
- Saga, Umbu. 2019. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Mediasi. Skripsi.
- Scifhman dan Kanuk. 2016. *Prilaku Konsumen*. Edisi 7. Jakarta : Indeks.
- Sudaryono. 2015. Pengantar Bisnis. Yogyakarta : KDT
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta