



Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT. Samudera Mandiri Sentosa Bitung

Devie Mathilda Lumentut, S.E.,M.M¹, Silfia Karlina Walo, S.AB²

^{1,2}Sekolah Tinggi Bisnis dan Manajemen Dua Sudara Bitung, Indonesia

*Korespondensi penulis: devielumentut.stbm@gmail.com

Abstract. *The influence of product quality and brand image on consumer purchasing decisions at PT. Samudera Mandiri Sentosa Bitung. Department of Business Administration Dua Sudara Bitung College of Business and Management Bitung 2024. Problems regarding the influence of product quality and brand image on purchasing decisions at PT. Samudra Mandiri Sentosa in Bitung City. This research aims to see the influence. The population of this research is all consumers of PT. Samudera Mandiri Sentosa and samples were taken from 50 consumers. This research is quantitative research. This research data uses a questionnaire which is calculated using prerequisite tests and statistical tests. The results of this research concluded: there is an influence on product quality, brand image and consumer purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality, Brand Image, Purchasing Decisions.*

Abstrak: Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Samudera Mandiri Sentosa Bitung Jurusan Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Bisnis dan Manajemen Dua Sudara Bitung 2024. Permasalahan mengenai pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada PT. Samudra Mandiri Sentosa di Kota Bitung. Penelitian ini bertujuan untuk melihat adanya pengaruh. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen PT. Samudera Mandiri Sentosa dan diambil sampel dari 50 orang konsumen. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Data penelitian ini menggunakan angket soal yang dihitung dengan menggunakan uji prasyarat dan uji statistik. Hasil penelitian ini disimpulkan: adanya pengaruh kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

1. PENDAHULUAN

Industrialisasi kelautan dan perikanan merupakan sebuah konsep yang diperkenalkan oleh Kementerian Kelautan dan Perikanan untuk mendorong percepatan pembangunan perekonomian nasional, khususnya pembangunan kelautan dan perikanan. Tuna merupakan salah satu produk utama program industrialisasi. Tuna merupakan salah satu ikan yang memiliki nilai ekonomi sangat tinggi dan merupakan sumber devisa hasil perairan terbesar kedua. Setiap perusahaan menciptakan produk harus memiliki kualitas. Kualitas adalah nilai yang diberikan pelanggan. Dimana kualitas produk adalah sejauh mana produk memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Produk adalah keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai kepada konsumen. Dalam menciptakan suatu produk yang berkualitas, yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah konsumen tidak hanya membeli fisik dari produk itu saja tetapi manfaat dan nilai dari produk tersebut yang disebut “the offer”. Oleh karena itu perusahaan hendaknya memproduksi produk yang mempunyai kualitas baik.

Perusahaan yang mampu memproduksi produk yang berkualitas akan mampu bersaing dipasar (Anastasia & Nurendah, 2019).

Dalam dunia usaha, persaingan yang semakin ketat merupakan suatu keadaan yang tidak bisa dihindari. Perusahaan yang ingin bertahan dalam dunia usaha harus mampu meningkatkan keunggulannya dan berprestasi dengan terus berinovasi.

Di era informasi saat ini, bisnis harus mampu memecahkan masalah berdasarkan tujuan. Oleh karena itu, yang perlu mendapat perhatian bukan hanya pengelolaan informasi saja, namun juga menjaga dan meningkatkan kualitas usaha baik dari segi manajemen maupun kualitas produk dan layanan. Namun dalam konteks ini, pengelolaan informasi merupakan kunci utama untuk mendukung dan meningkatkan seluruh aktivitas perusahaan yang berkembang. Salah satu produk makanan laut yang mempunyai nilai tambah adalah ikan tuna, mulai dari produk tuna segar hingga produk tuna kalengan. PT. Samudra Mandiri Sentosa merupakan salah satu usaha di Kota Bitung yang khusus mengolah produk tuna kalengan. PT. Samudra Mandiri Sentosa menggunakan ikan tuna yang berkualitas tinggi dari hasil penangkapan ikan sendiri dengan menggunakan sistem joran dan jaring, sehingga ikan yang ditangkap oleh lebih segar dan kualitasnya tetap terjaga. Mengingat pentingnya penerapan manajemen dalam proses produksi dalam pengelolaan perusahaan agar perusahaan dapat beroperasi secara efektif dan sesuai dengan tujuan perlu dicapai, yaitu mencapai hasil produksi yang maksimal. Ikan tuna sebagai sumber bahan baku perekonomian Indonesia memegang peranan yang sangat penting, mengingat potensi sumber daya ikan tuna di perairan Indonesia sangat besar dan belum dimanfaatkan secara optimal. Bahan baku tuna dan produk turunannya mempunyai keunggulan komparatif dipasar domestic dan internasional. Kapasitas sektor tuna dalam menciptakan peluang usaha, menyerap tenaga kerja dan meningkatkan pendapatan masyarakat, khususnya masyarakat perikanan.

Dengan berkembangnya perekonomian, persaingan di sektor industri juga semakin meningkat terutama antar perusahaan yang memproduksi produk sejenis. Oleh karena itu situasi ini berarti bahwa perusahaan harus mampu merespons perkembangan dan perubahan dibidang sosial dan budaya.

Kebutuhan masyarakat akan makanan kaleng menyumbang porsi yang signifikan dari makanan yang dikonsumsi diseluruh dunia. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya produk dikemas dalam kemasan kaleng yang praktis, tahan lama dan tidak mudah rusak dan sudah beredar dipasar modern dan tradisional salah satunya ikan kaleng. Oleh karena itu, kemasan dirancang sedemikian rupa sehingga sesuai dengan produk agar konsumen dapat menangkap

pesan yang disampaikan. Sering kali para pelaku bisnis yang sedang bersaing kurang fokus akan tampilan dan fungsi dari sebuah kemasan dari produk yang mereka miliki, sehingga kemasannya kurang tepat guna untuk disajikan. Pada suatu produk harus memiliki beberapa aspek yang dapat membedakan bentuk, keistimewaan, mutu kinerja, mutu kesesuaian, daya tahan, keandalan, mudah diperbaiki, gaya, serta rancangan. Jika suatu produk mengalami tolak belakang dengan aspek bentuk, dan gaya yang memiliki nilai estetika maka akan memiliki sesuatu nilai yang berbeda, sehingga menarik perhatian konsumen dan menimbulkan sebuah pandangan tersendiri bagi produk tersebut.

Berdasarkan apa yang telah penulis jelaskan diatas maka judul penelitian ini adalah *“Pengaruh kualitas produk dan citra merk terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Samudra Mandiri Sentosa”*

2. KAJIAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah suatu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap pelanggan dalam membeli sebuah produk. Semakin baik kualitas produk tersebut, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut (Ernawati, 2019). Agar mencapai kualitas produk yang diinginkan maka harus diperlukan suatu standarisasi kualitas. Hal ini bertujuan untuk menjaga agar kualitas produk yang dihasilkan bisa memenuhi standar yang sudah ditetapkan sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan.

Citra Merek

Citra merek (brand image) adalah persepsi konsumen atau apa yang konsumen piker atau rasakan terhadap merek suatu produk tertentu yang terbentuk dari informasi yang didapatkan konsumen baik melalui pengalaman langsung menggunakan produk tersebut atau secara tidak langsung melalui mendengar, melihat atau konsumen. Citra merek atau brand image adalah tanggapan konsumen akan suatu merek yang didasarkan atas baik dan buruknya merek yang diingat konsumen, konsumen lebih sering membeli produk dengan merek yang dikenal karena merasa lebih nyaman dan adanya asumsi bahwa merek dikenal lebih dapat diandalkan selalu tersedia dan mudah dicari dan memiliki kualitas yang tidak diragukan. Oleh sebab itu merek yang lebih dikenal sering dipilih konsumen daripada merek yang tidak terkenal. Menurut (Supranto, 2019)

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah salah satu tahapan dalam proses keputusan pembelian sebelum pasca perilaku pembelian. Dalam memasuki tahap keputusan sebelumnya konsumen sudah dihadapkan pada beberapa alternatif sehingga pada tahap ini konsumen akan melakukan aksi untuk memutuskan membeli produk berdasarkan pilihan yang sudah ditentukan. Pengambilan keputusan oleh konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa diawali dengan adanya kesadaran atas pemenuhan kebutuhan atau keinginan dan menyadari adanya masalah selanjutnya, maka konsumen akan melakukan beberapa tahap yang pada akhirnya sampai pada tahap evaluasi pasca pembelian. Menurut (Alma, 2022),

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey melalui kuesioner. Peneliti memilih metode survei sebagai sumber data primer menggunakan kuesioner. Metode ini dilakukan karena biaya penelitian yang relatif rendah dan dapat dilakukan dengan waktu yang relatif singkat. Kuesioner sebagai Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab.

4. HASIL PENELITIAN

Hasil Penelitian

a. Uji Validasi

Tabel 1. Uji Validasi Kualitas produk, citra merek, dan keputusan pembelian

No Item	r_{hitung}	Kriteria
Item 1	0,394	Valid
Item 2	0,500	Valid
Item 3	0,150	Tidak Valid
Item 4	0,492	Valid
Item 5	0,336	Valid
Item 6	0,329	Valid
Item 7	0,575	Vaid
Item 8	0,071	Tidak Valid
Item 9	0,480	Valid
Item 10	0,396	Valid
Item 11	0,295	Valid
Item 12	0,491	Vaid

Item 13	0,162	Tidak Valid
Item 14	0,556	Valid
Item 15	0,344	Valid

Diatas merupakan table uji validasi yang dilakukan pada soal angket untuk melihat kualitas, citra merek dan keputusan pembelian, berdasarkan pengujian yang dilakukan dengan bantuan SPSS Ver 22 dengan output terlampir dalam lampiran 3.

Sementara itu data dikatakan valid dengan ketentuan yang berlaku jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ karena jumlah responden atau sampel adalah 50 orang dengan taraf signifikan 5% dengan $r_{tabel} = 0,2306$

Dari pengujian tersebut dinyatakan 12 soal angket dikatakan valid dan 3 diantaranya tidak valid maka dengan 12 soal angket yang valid perhitungan dilanjutkan dengan uji selanjutnya yaitu uji normalitas.

b. Uji Reliabilitas

Table 2. Uji Reliabilitas variable x_1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	6

Tabel 3. Uji Reliabilitas variabel x_2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.978	6

Tabel 4. Uji Reliabilitas variabel y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.967	6

Setelah dilakukan uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS Ver. 22, Maka ditemukan bahwa data reliabel

c. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menentukan apakah data tersebut berdistribusi normal ataukah tidak. Pada penelitian ini digunakan uji normalitas Kolmogorov-smirnov test (K-S). sebuah nilai probabilitas dikatakan signifikan apabila signifikan apabila $KS \geq 5\%$ perhitungan dibantu dengan aplikasi SPSS. Taraf signifikan yang

digunakan $\alpha = 0,05$.

Tabel 5. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.48437991
Most Extreme Differences	Absolute	.181
	Positive	.106
	Negative	-.181
Test Statistic		.181
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200

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

Berdasarkan pengujian yang telah dilakukan di SPSS Ver 22 nilai sig 0,200 yang menyatakan bahwa nilai sig > 0,05 dengan taraf $\alpha = 0,05$. Maka data diatas berdistribusi normal karena nilai sig > 0,05. Dimana nilai sig 0,200 > 0,05. Dengan ini maka penelitian dilanjutkan ke perhitungan selanjutnya.

d. Uji Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini perhitungan dilanjutkan dengan analisis regresi berganda untuk menentukan apakah satu variable dengan variable lainnya memiliki hubungan.

Tabel 6. Uji Analisis Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.202	3.384		4.787	.000
	X1_Kualitas	-.010	.147	-.010	-.066	.948
	X2_Citra	-.015	.147	-.015	-.104	.918

a. Dependent Variable: Y_Keputusan

Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan SPSS Ver 22 maka nilai sig = 0,000, maka dengan nilai taraf $\alpha = 0,05$ dengan nilai sig 0,000 > 0,05. Dengan ini maka menyatakan adanya pengaruh antara satu variable dengan variable lainnya.

e. Uji Multikolinearitas

Tabel 7. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	16.236	3.364		4.826	.000		
	Kualitas (X1)	-.016	.149	-.016	-.110	.913	.998	1.002
	Citra (X2)	-.011	.152	-.011	-.072	.943	.998	1.002

a. Dependent Variable: Keputusan (Y)

Pengujian dilanjutkan dengan menggunakan uji multikolinearitas untuk mengetahui adanya korelasi antara variabel independent, kemudian data yang ada di uji dengan menggunakan SPSS Ver. 22 dan ditemukan bahwa nilai toleransi X1 dan X2 menunjukkan 0,998 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel X1 dan X2 adalah $1,002 < 10,00$. Maka mengacu pada dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas daa disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinearitas dalam model regresi dengan ini menyatakan adanya korelasi antara variabel independen

f. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 8. Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients ^a			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.632	1.985		.822	.415
	Kualitas (x1)	.071	.086	.117	.820	.416
	X2_Citra	-.099	.086	-.164	-1.150	.256

a. Dependent Variable: Abs_RES_1

Pengujian masih dilanjutkan dengan menggunakan uji heteroskedastisitas dengan tujuan menguji ketidaksamaan varian dari residual. Pengujian dibantu dengan menggunakan SPSS Ver.22

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai sig untuk x1 adalah 0,415 dan x2 0,256 karena keuda nilai lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

g. Uji Statistik (Uji T)

Dibawah ini adalah table pengujian statistic uji T dengan menggunakan SPSS Ver 22;

Tabel 9. Uji Statistik (Uji T)

	One-Sample Test					
	Test Value = 0					
	T	Df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Lower					Upper	
X1_Kualitas	77.221	49	.000	16.10000	15.6810	16.5190
X2_Citra	77.143	49	.000	16.04000	15.6222	16.4578
Y_Keputusan	75.254	49	.000	15.80000	15.3781	16.2219

Berdasarkan table diatas dengan nilai $t_{tabel} = 1,677$ maka nilai $X1 = 16,100$, $X2 = 16,040$ dan $X3 = 16,800$ dengan keputusan $t_{hit} > t_{tab} = H_0$ ditolak dengan ini menyatakan adanya pengaruh kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian.

h. Uji F

Tabel 10. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.034	2	.017	.007	.000 ^b
	Residual	107.966	47	2.297		
	Total	108.000	49			

a. Dependent Variable: Y_kepuasan

b. Predictors: (Constant), X2_Citramerek, X1_Keputusan

Setelah dilakukam uji T dan ditemukan bahwa adanya pengaruh antara variabel maka pengujian dilanjutkan dengan uji F dilakukan dengan maksud memastikan kembali apakah ada penaruh antar variabel dan pengujian dibantu dengan SPSS Ver 22.

Berdasarkan tabel diketahui nilai sig adalah $0,000 < 0,05$, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima dengan adanya pengaruh antara variabel.

i. Uji Koefisien Determinasi

Tabel 11. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.018 ^a	.700	-.042	1.516

a. Predictors: (Constant), X2_Citramerek, X1_Keputusan

Berdasarkan hasil tabel diatas diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0,700 atau 70 % yang artinya setiap variabel memiliki pengaruh secara simultan atau bersama – sama.

Pembahasan

Maka penelitian dilanjutkan perhitungannya dengan menggunakan uji normalitas dan ditemukan bahwa nilai sig 0,200 yang menyatakan bahwa nilai sig > 0,05 dengan taraf $\alpha = 0,05$ dan menyakan bahwa data tersebut berdistribusi normal. Dilanjutkan dengan menghitung apakah ada pengaruh satu variable dengan variable lainnya dengan menggunakan analisis regresi linear berganda dengan nilai sig 0,000 > 0,05 yang menyatakan bahwa adanya pengaruh, selanjutnya pengujian kembali dilakukan dengan uji multikolinearitas dengan tujuan melihat apakah ada korelasi antar variabel dan setelah dilakukan ditemukan bahwa nilai toleransi X1 dan X2 menunjukkan 0,998 lebih besar dari 0,10. Sementara, nilai VIF untuk variabel X1 dan X2 adalah 1,002 < 10,00 dengan begitu maka adanya korelasi. Setelah dilakukan beberapa uji maka masih dirasa bisa untuk melanjutkan ke uji selanjutnya yaitu uji heteroskedastisitas dengan maksud mengetahui ketidaksamaan varian dari residual maka ditemukan hasil nilai sig untuk x1 adalah 0,415 dan x2 0,256 karena keuda nilai lebih besar dari 0,05 maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Maka perhitungan kembali dilakukan dengan menggunakan uji statistic uji T masih dengan menggunakan SPSS Ver 22 dengan table yang telah ditemukan menyatakan bahwa nilai $t_{hit} > t_{tab} = H_0$ ditolak maka dengan ini menyatakan adanya pengaruh kualitas produk,citra merk dan keputusan pembelian dan pengujian masih berlanjutnya dengan uji F untuk mematikan pengaruh antar variabel dan pengujian kembali dilakukan dengan SPSS Ver. 22 dan hasilnya menunjukan adanya pengaruh antar variabel dengan nilai sig adalah 0,000 < 0,05 maka hipotesis diterima, dengan ini maka peneliti melakukan uji koefisien determinasi dan berdasarkan hasil uji yang dilakukan dengan menggunakan SPSS Ver. 22 hasilnya menunjukkan nilai koefisien determinasi atau R square adalah 0,700 atau 70% menunjukkan adanya hubungan simultan antara variabel dengan variabel yang lain.

5. KESIMPULAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan menyatakan bahwa:

1. Setelah dilakukan berbagai macam uji untuk setiap variabel maka disimpulkan untuk variabel kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian

2. Sedangkan pengujian yang dilakukan terhadap variabel Citra merek memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian
3. Untuk variabel kualitas produk dan citra merek punya pengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian hingga hal ini menunjukkan adanya pengaruh pada konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di PT. Samudra Mandiri Sentosa.

Saran

Dari penelitian ini maka peneliti menyarankan:

1. Bagi Penulis

Penulis menyadari bahwa pada penulisan skripsi ini masih belum sempurna sehingga penulis mengharapkan saran dan masukan dari semua pihak sehingga adanya perubahan yang berarti yang dapat penulis lakukan untuk kehidupan yang maju.

2. Bagi Perusahaan

Setelah dilakukan penelitian dan ditemukan pengaruh terhadap kualitas produk, citra merek dan keputusan pembelian akan berdampak positif pada perusahaan dan konsumen.

3. Bagi Masyarakat

Dengan adanya penelitian yang telah dilakukan ini diharapkan masyarakat mampu memilih produk yang terbaik dengan melihat citra merek dan kualitas produk untuk menentukan pilihan yang terbaik.

DAFTAR PUSTAKA

- Adika, D., & Susilo, T. R. (2023). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap loyalitas pelanggan dengan variabel mediasi kepuasan pelanggan. *Diponegoro Journal of Management*, 12(1).
- Agung, E. I., Jatra, I. M., & Keitut, A. G. I. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan citra merek terhadap niat pembelian ulang. *E-Jurnal Manajemen*, 9(8).
- Anastasiia, U., & Nureindah, Y. (2019, Agustus). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 181-190.
- Cahyadi, L., & Br. Purba, K. (2022). Pengaruh kualitas produk, harga, dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan pada kosmetik MS Glow di Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Manajemen and Business Progress*, 1(1).
- Dayanti, R. A., Soeparto, A. W., & Sunu, D. (2021, Oktober). *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*. PEiRFORMA, 6, 5.

- Gozali, I. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Ardhi Media.
- Hidayat, T., & Febrianto, R. (2022). Pengaruh kemasan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian produk pada UKM Malio Lampung. *Jurnal Manajemen Diversifikasi*, 2(4).
- Indah, R., & Abdul, G. (2022). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian Coca-Cola. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 3(2).
- Jayadi, F. V., & Wardana, M. (2021). Pengaruh promosi dan kemasan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh brand awareness (studi pada konsumen Bali Square Pie di Kabupaten Badung). *E-Jurnal*, 10, 12.
- Jayadi, F., & Wardana, I. (2021). Pengaruh promosi dan kemasan terhadap keputusan pembelian yang dimediasi oleh brand awareness. *E-Jurnal Manajemen*, 10(12).
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2023). *Pemasaran produk (L. S. DKK, Trans.)*. Buku konsep dasar manajemen pemasaran.
- Lolombulan, J. H. (2017). *Statistika bagi Penelitian Pendidikan*. Yogyakarta.
- Meilinda, R., Yusuf, M., & Nurrahman, A. (2021). Hubungan kualitas, harga, dan kemasan produk terhadap keputusan pembelian keripik tulang muda sapi. *Proceeding Seminar Nasional UNIMUS*.
- Mowen, J., & Minor, M. (2019). *Perspektif alternatif pada pengambilan keputusan*.
- N.L.K.D Pratami, Trianasari, & R. Atidira. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Meirtha Buana Motor Singaraja. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1).
- Nuyadi, A., Astuti, T., Sriutami, E., & Budisantoso, M. (2017). *Dasar-Dasar Statistika Pendidikan*. Dharma Surya.
- Plummer, J. (2020). *Komponen-komponen citra merek*.
- Pradana, D., Hidayah, S., & Rahmawati, R. (2017). Pengaruh harga, kualitas produk, dan citra merek terhadap keputusan pembelian. *Kinerja*, 14(1), 16-23.
- Prayunita, E., & Sutrisna, E. (2022). Pengaruh citra merek dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada restoran sederhana Kota Teluk Kuantan. *JOM FISIP*, 8.
- Ramadhina, A., & Mugianto, M. (2022). Pengaruh desain kemasan variasi produk, dan kualitas produk terhadap minat beli kosmetik. *Jurnal Manajemen Pemasaran dan Perilaku Konsumen*, 01, 1.
- Riley, A. (2020). *Faktor-faktor yang mempengaruhi citra merek*. Nasution dkk.
- Ristanty, A., & Irianie, S. (2020). Pengaruh kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian konsumen Nature Republic di Surabaya. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(3).

- Sadiyah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023, Juni). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Toko Cat De'luceint Paint. *Cideia Journal*, 2, 24-37.
- Sugiiono, S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfa Beta.
- Sukardi, S. (2003). *Metode Penelitian Matematika*. Widya Utama.
- Tamin, P., Nugraha, H., & Widiartanto, W. (2019). Pengaruh citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian laptop merek Dell di kota Semarang. *Journal of Social and Political Science*, 1-10.
- Tjiptono, F. (2019). Indikator-indikator kualitas produk.