

## Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap.

Dra. Eros Rosmiati, MM, Ignatius Erik Sapta Yanuar, S.Hum, Arna Roselina Ambarita, S.M  
Universitas Respati Indonesia  
Email : eros.rosmiati@urindo.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli pada Mixue ice cream & tea Cilangkap pada saat peneliti melakukan penelitian. Sampel dalam penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Data yang digunakan adalah data primer yang telah didapatkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada konsumen pengunjung Mixue ice cream & tea Cilangkap. Dengan uji hipotesis adalah uji t dan data diolah menggunakan *software* SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada uji t kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap sebesar 2.952 dengan taraf signifikansi 0.004.

**Kata kunci :** Kualitas produk dan keputusan pembelian

### ABSTRACT

*This study aims to analyze and determine the effect of product quality, location and price on purchasing decisions at Mixue ice cream & tea Cilangkap.*

*The population in this study were consumers who came to buy Mixue ice cream & tea in Cilangkap when researchers were conducting research. The sample in this research is 100 respondents. Sampling technique with accidental sampling. The Hypothesis Test with t test and the data was processed using SPSS 25 software.*

*The results showed that the t test product quality had a positive and significant effect on purchasing decisions of 2,952 with a significance level of 0,004 influence the purchasing decision at Mixue ice cream & tea Cilangkap.*

**Keywords :** product quality and purchasing decisions

### PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, bisnis terus berkembang pesat setiap harinya, pesatnya pertumbuhan sektor ekonomi menyebabkan pertumbuhan dan kemajuan sebuah usaha semakin meningkat. Sehingga pengusaha harus berpikir lebih kritis, kreatif dan inovatif terhadap perubahan yang terjadi di bidang sosial, budaya, politik dan ekonomi, yang dibuktikan dengan lahirnya perusahaan-perusahaan baru (Ambarwati & Sobari, 2020). Salah satu contohnya adalah pengusaha di industri kuliner yang berusahakeras untuk menciptakan produk yang memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen yang terus meningkat. Agar suatu perusahaan sukses bersaing di pasar, maka perusahaan harus berusaha menciptakan rencana baru untuk menggapai tujuan dalam meningkatkan dan mempertahankan konsumen.

Salah satu industri yang sangat booming di

era sekarang ini adalah industri kuliner atau makanan dan minuman. Khususnya minuman, setiap tahun selalu ada jenis minuman baru yang ditujukan untuk semua lapisan masyarakat, yang bisa terjadi karena beberapa pilihan, rasa yang enak, tampilan produk dan juga strategipemasaran yang menarik. Di zaman globalisasi ini, pelaku bisnis harus selalu bertindak cepat dan tepat dalam menghadapi persaingan bisnis yang cepat berubah, dinamis, dan tidak menentu (Adila & Aziz, 2019).

Saat ini, industri minuman sedang mengalami banyak trend dan inovasi yang muncul dengan cepat di negara-negara Asia Tenggara terutama di Indonesia, seperti suka minum es krim dan boba yang semakin populer. Ada banyak jenis minuman terbaru yang sedang populer seperti thai tea, es kopi susu, boba hingga *brown sugar milk* yang disukai masyarakat dalam beberapa tahun terakhir ini yang dikutip dari

([www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)). Indonesia memiliki pangsa pasar minuman boba terbesar di Asia Tenggara, dengan pendapatan tahunannya diperkirakan mencapai Rp 54 triliun. Demikian pula nilai pasar minuman boba di Indonesia saat ini telah mencapai 43,7% dari total pasar minuman boba di Asia Tenggara (Larasati, 2023). Menurut *Momentum Works*, Salah satu minuman boba terlaris saat ini adalah Mixue. Mixue kini memiliki jumlah gerai minuman terbanyak di Asia Tenggara. Dengan lebih dari 1.000 gerai yang tersebar di Vietnam, Singapura, Malaysia, Thailand, Filipina, dan Indonesia (Pahlevi, Suryani, Nuha, & Yasirandi, 2023). Saat ini, es krim tidak lagi hanya tersedia dalam satu jenis saja, melainkan dengan berbagai variasi dan inovasi yang semakin banyak, sehingga semakin banyak pula orang yang menyukai dan menggemari es krim. Mixue telah memberikan kebahagiaan bagi para penggemarnya di Indonesia, karena Mixue telah membuka lebih dari 300 cabang di seluruh Indonesia. *Brand Franchise* minuman ini awalnya berasal dari China yang didirikan oleh Zhang Hongchao pada tahun 1997 dan memasuki pasar Indonesia pada tahun 2020. dengan gerai pertamanya di Cihampelas, Bandung dan mulai melebar ke seluruh Indonesia (Larasati, 2023). Saat ini Mixue populer di kalangan masyarakat karena cita rasanya yang unik dan sangat cocok dengan selera orang Indonesia yang gemar makanan manis dan hemat, dan metode pemasaran yang menarik untuk memikat konsumen untuk membeli seperti menawarkan cita rasa berkualitas tinggi dengan harga yang terjangkau membuat mixue lebih diminati oleh pelanggan dibandingkan kompetitor lainnya (Suryati, 2022). Mixue mempunyai keunikan tersendiri buat mencapai peningkatan penjualan, dan sejauh ini Mixue berhasil membuka gerai di Jakarta Timur. Khususnya di daerah Cilangkap, yang menjadi salah satu cabang Mixue di Jakarta Timur. Mixue *ice cream & tea* Cilangkap ini berlokasi di Jl. Swadaya Jl. Raya Pd. Rangon Cilangkap, Cipayung, Kota Jakarta Timur, adalah salah satu toko yang jarang sepi pengunjung. Perpaduan tersebut memiliki daya tarik tersendiri bagi konsumen dari semua kalangan. Mixue *ice cream & tea* Cilangkap sangatlah strategis dan nyaman untuk menikmati *ice cream*. *ice cream* telah populer di kalangan masyarakat karena hanya dengan harga yang dimulai dari Rp 8000, pelanggan dapat menikmati *ice cream* dengan kerupuk berbentuk *cone* yang lezat. ada tiga varian *ice cream* yaitu *coffe*, *strawberry*, dan *vanilla*. Selain *ice cream*, Mixue juga menawarkan berbagai varian minuman seperti *Mocha Milshake*, *Lemon Coffee*, *Brown Sugar Pearl Milk Tea*, *Fresh Squeezed Lemonade*, dan lain

sebagainya.

Terdapat beberapa faktor mengapa konsumen lebih memilih produk Mixue dibandingkan merek lain, antara lain karena kemasanyang menarik, tekstur yang lebih lembut, rasa yang berbeda dan harga yang berbeda dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen (Kasih, Dewi, Kuntari Budiyati, & Damayanti, 2023). Sebelum perusahaan dapat memperkenalkan atau menjual produk, mereka harus memahami perilaku konsumen saat membeli suatu produk. Perilaku konsumen adalah aktivitas individu yang secara langsung melibatkan perolehan dan penggunaan barang tersebut, termasuk saat mengambil keputusan mengenai persiapan dan penetapannya (Mulyani, 2022). Konsumen hanya akan membeli produk yang dianggap berkualitas tinggi, yang artinya produk tersebut harus memenuhi atau bahkan melebihi harapan dan kebutuhan mereka. Kualitas produk sangat erat kaitannya dengan nilai dan kepuasan konsumen karena dibutuhkan ekspektasi atau ekspektasi konsumen sebagai tolak ukur kualitas produk. Kualitas produk dapat dipandang sebagai keadaan fisik atau fungsi produk untuk memberikan kepuasan rasa (Budiningrum, Wahyudiyono, & Murdapa, 2022) ia mengungkapkan temuan penelitian bahwa kualitas produk memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Menurut Kadir (2020) menyatakan bahwa kualitas adalah kriteria untuk mengevaluasi satu produk maupun layanan dengannilai guna yang diharapkan, maupun dengan kata lain suatu produk ataupun layanan diakui berkualitas jika memenuhi nilai guna yang diharapkan atau diantisipasi. Kualitas suatu produk ditentukan oleh kemampuannya dalam menjalankan fungsinya, seperti keawetan, kehandalan, ketetapan, kemudahan penggunaan serta kemampuan untuk diperbaiki, di antara karakter bernilai lainnya (Kotler & Armstrong dalam Mulyani (2022). Menurut Amilia (2017) menyatakan bahwa mutu atau kualitas suatu produk meliputi kondisi seperti bentuk, manfaat dan keistimewaan sehingga produk tersebut mampu memuaskan keinginan serta keperluan pembeli.

Dapat dikatakan bahwa keberhasilan bisnis, tidak hanya bergantung pada jumlah penjualan tetapi juga seberapa baik bisnis tersebut dapat mempertahankan pangsa pasarnya. Selain itu, konsumen juga perlu memahami faktor-faktor apa saja yang akan mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Keputusan pembelian dapat diartikan sebagai pengambilan keputusan tentang suatu produk. Keputusan pembelian adalah ketika konsumen membuat pilihan di antara banyak pilihan lain, yang secara alami dipengaruhi oleh faktor lain, seperti kualitas

produk, lokasi dan harga,dll. Keputusan pembelian tahap dalam proses keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar melakukan pembelian (Kotler & Armstrong dalam Fanny & Sinaga, 2022). Jadi, keputusan pembelian merupakan proses tahapan menentukan keputusan pembeli dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler & Armstrong dalam Khoirudin & Kurniawan, 2019). Menurut Maharani (2015) keputusan pembelian adalah proses memilih di antara berbagai pilihan dan menyelesaikan masalah konsumen sehingga dapat dievaluasi untuk menetapkan usaha selanjutnya..

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap”

## METODOLOGI

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan di Mixue Ice Cream & Tea Cilangkap, yang berlokasi di Jl. Swadaya Jl. Raya Pd. RonggonCilangkap, Cipayung, Kota Jakarta Timur. Berdasarkan tujuan penelitian yang ada, jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2017) Sugiyono (2019) berpendapat bahwa hipotesis dalam penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D, hipotesis adalah jawabansementara terhadap pertanyaan penelitian yang dirumuskan. Sugiyono (2019) menerangkan bahwa variabel bebas merupakan stimulus atau predictor yang menyebabkan adanya variabel terikat. Adapun yang menjadi variabel independent ( bebas) dalam penelitianini adalah Kualitas Produk (X).Variabel dependen ialah variabel yang dipengaruhi atau menjadi hasil karena pengaruh variabel bebas. Maka yang menjadi variabel dependen (Y) adalah keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap. Penelitian Minarti & Ginoga (2022) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Demikian juga menurut Ragasya (2022) menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan penelitian sebelumnya 3maka penulis merumuskan hipotesis sebagai berikut: H1: “Diduga Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian”. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang datang membeli pada Mixue ice cream & tea Cilangkap pada saat peneliti melakukan penelitian. Sugiyono (2017) mendefinisikan sampel sebagai sebagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *accidental sampling*.Teknik *accidental sampling* adalah teknik penentuan

sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang secara kebetulan atau *incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data ( Sugiyono,2015). Dalam penelitian ini pengambilan sampel dilakukan pada bulan Mei selama 2 hari yaitu hari Selasa, 16Mei 2023 diperoleh 40 responden yang mengisi kuesioner dan dilanjutkan pada hari kedua yaitu hari Rabu, 17 Mei 2023 diperoleh 60 responden yang mengisi kuesioner. Setiap responden diminta untuk mengisi identitas untuk memastikan tidak terjadi duplikasidata. Sampel ini terdiri dari individu yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti di Mixue ice cream & tea Cilangkap dan memenuhi kriteria yang ditetapkan sebagai sumber data yang cocok. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus dari Lemeshow (Sugiyono, 2015). Dengan rumus diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti adalah sebanyak 96 reponden dan dibulatkan menjadi sebanyak 100 responden dan diharapkan mampu mewakili poplasi.

## Hasil

### 1. Analisis Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan melakukan uji *pearson correlation* (Yanti & Akhri,

$$n = \frac{Z^2 P(1-P)}{d^2}$$

2021) dengan dasar keputusan membandingkan nilai R hitung dan R tabel. Adapun nilai R hitung didapatkan dari output uji SPSS sementara itu nilai R tabel adalah 0.1966 dengan Df (N-2) 98.

Tabel 1.

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

Item	R hitung	R tabel	Kesimpulan
X1.1	0.755	0.1966	Valid
X1.2	0.631	0.1966	Valid
X1.3	0.644	0.1966	Valid
X1.4	0.689	0.1966	Valid
X1.5	0.793	0.1966	Valid

(sumber : olah data dengan SPSS, 2023)

Berdasarkan Tabel 1, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada variabel kualitas produk dengan 5 item pernyataan, memiliki  $r_{hitung}$  diatas  $r_{tabelnya}$  (0.1966). dengan demikian dapat diketahui bahwa semua item kuesioner dalam variabel kualitas produk adalah valid.

Tabel 2.

Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Item	R <sub>hitung</sub>	R <sub>tabel</sub>	Kesimpulan
Y.1	0.668	0.1966	Valid
Y.2	0.732	0.1966	Valid
Y.3	0.813	0.1966	Valid

Y.4	0.755	0.1966	Valid
-----	-------	--------	-------

(sumber : olah data dengan SPSS, 2023)

Berdasarkan Tabel 2, dapat diketahui bahwa hasil uji validitas pada variabel keputusan pembelian dengan 4 item pernyataan, memiliki  $r_{hitung}$  diatas  $r_{tabelnya}$  (0.1966). dengan demikian dapat diketahui bahwa semua item kuesioner dalam variabel keputusan pembelian adalah valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Untuk menentukan keandalan kuesioner, nilai *Cronbach's Alpha* harus lebih besar dari 0,600 (Samsir, 2020). Adapun hasil uji reliabilitas dengan menggunakan SPSS adalah sebagai berikut.

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Kesimpulan
X	0.755	0.1966	Valid
Y	0.689	>0.6	Reliabel

(sumber : olah data dengan spss, 2023)

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui jika nilai *Cronbach's Alpha* seluruh variabel penelitian lebih dari 0.6. Adapun variabel kualitas produk memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.755 dan variabel keputusan pembelian dengan *Cronbach's Alpha* sebesar 0.689. Sehingga dapat disimpulkan jika semua item pernyataan seluruh variabel dalam penelitian ini adalah konsisten

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Asumsi Klasik

#### 1) Uji Multikolinieritas

Pada penelitian ini uji multikolinieritas dilakukan dengan uji tolerance dan VIF dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinieritas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.613	1.630

Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 (sumber : olah data dengan spss, 2023)

Berdasarkan Tabel 4, dapat diketahui jika nilai tolerance berada diatas 0.1 untuk variabel independen. Sementara itu nilai VIF berada dibawah 10 untuk variabel idependen. Maka dapat disimpulkan bahwa dalam model penelitian ini bebas dari gejala multikolinieritas. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa asumsi multikolinieritas dalam penelitian ini terpenuhi.

#### 2) Uji Heteroskedastisitas

Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan

varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain, maka dilakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan uji Glejser dengan hasil berikut ini.

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Sig.
1 (Constant)	.923
Kualitas Produk	.509

Dependent Variable: abs\_res

(sumber : olah data dengan spss, 2023)

Berdasarkan Tabel 5, dapat diketahui jika dari uji Glejser dengan meregresikan data abs\_res dengan variabel independen didapatkan nilai sig. lebih dari 0.05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini data telah memiliki nilai varian yang sama (homokedastisitas). Sehingga dapat disimpulkan jika asumsi heteroskedastisitas dalam penelitian ini terpenuhi.

### 3) Analisis Regresi Linier

Variabel dalam model penelitian ini terbagi menjadi variabel independen (X) yaitu Kualitas Produk (X) serta variabel dependen (Y) yaitu Keputusan Pembelian. Teknik analisis yang digunakan adalah uji regresi linier. Sebelum melakukan uji hipotesis untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini ditolak atau diterima, terlebih dahulu akan dipaparkan hasil uji regresi linier berganda dalam bentuk persamaan penelitian sebagai berikut.

Tabel 6. Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Stand Coef	Beta	T	Sig.
		B	Std. Error				
1	(Constant)	2.906	2.307			1.259	.211
	Kualitas Produk	.334	.113	.329		2.952	.004

Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
 (sumber : olah data dengan SPSS, 2023)

Berdasarkan Tabel 6 dapat dirumuskan sebagai berikut:  $Y = 2.906 + 0,334 (X)$ . Adapun interpretasi dari persamaan penelitian adalah diatas dapat dijelaskan sebagai berikut, yaitu nilai koefisien regresi kualitas produk memiliki pengaruh positif artinya setiap kenaikan 1% pada kualitas produk, maka keputusan pembelian akan mengalami kenaikan. Begitupula sebaliknya, setiap penurunan 1% pada kualitas produk, maka keputusan pembelian akan mengalami penurunan.

#### 4) Uji t



Adapun hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		T	Sig
1	(Constant)	1.259	.211
	Kualitas Produk	2.952	.004

Dependent Variable: Keputusan Pembelian  
(sumber : olah data dengan SPSS, 2023)

Berdasarkan Tabel 7 yang menjelaskan hasil uji t, disimpulkan bahwa Nilai sig. kualitas produk sebesar  $0.004 < 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa H1: "Diduga Kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian" dalam penelitian ini diterima. Adapun arah pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah positif dengan demikian berarti bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap.

## PEMBAHASAN

Hasil uji t atau uji secara parsial atas variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian menunjukkan hasil signifikan dengan arah pengaruh positif. Nilai sig. kualitas produk sebesar  $0.004 < 0.05$ , dengan demikian dapat dimaknai bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Mixue ice cream & tea Cilangkap. Kualitas produk Mixue ice cream & tea Cilangkap yang baik maka akan meningkatkan keputusan pembeliannya, sebaliknya jika kualitas produk turun atau jelek maka keputusan pembeliannya juga akan turun. Kualitas produk dalam penelitian ini difokuskan pada beberapa aspek seperti varian produk, penyajian, higienitas, porsi dan kesesuaian produk.

## KESIMPULAN

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Mixue ice cream & tea Cilangkap,
2. Hal ini hipotesis pertama (H1) diterima yaitu variabel bebas (kualitas produk) mempunyai pengaruh signifikan terhadap terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) sehingga hipotesis pertama terbukti kebenarannya.

## DAFTAR PUSTAKA

Adila, S. N., & Aziz, N. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Pembelian yang dimediasi oleh minat beli pada konsumen Restoran KFC cabang khatib Sulaiman Padang*.  
Ambarwati, A., & Sobari, I. S. (2020). Membangun Jiwa Kewirausahaan Di Era Milenial Bagi Mahasiswa Institut Stiami Kampus Tangerang Selatan. *Jurnal Komunitas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 140–144.

- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660–669.
- Budiningrum, E. W., Wahyudiyono, W., & Murdapa, P. A. (2022). Kemasan Untuk Meningkatkan Kualitas Dan Penjualan Produk. *Hikmayo: Jurnal Pengabdian Masyarakat Amayo*, 1(2), 58–67.
- Fanny, F., & Sinaga, T. M. (2022). Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Snack terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada CV Cisdanefood Makmur Abadi. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling (JPDK)*, 4(5), 3728–3744.
- Kadir, A. K. (2020). Pengaruh Kualitas Dan Harga Perumahan Kota Citra Graha Terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 6(2), 144–154.
- Kasih, A. T., Dewi, N. A. S., Kuntari Budiyati, A. P., & Damayanti, V. F. K. (2023). Pengaruh Kemasan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Mixue. *STIE Widya Wiwaha Yogyakarta*, 1.
- Khoirudin, I. A., & Kurniawan, D. A. (2019). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Reguler memilih Studi Di Universitas Darussalam Gontor. *Widya Warta*, 6(2).
- Larasati, I. D. (2023). *Pengaruh Brand Image, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mixue*. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Maharani, N. (2015). Proses pengambilan keputusan pembelian konsumen terhadap produk iphone di bandung. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis (Performa)*, 12(1), 59–75.
- Mulyani, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Merek Lorenzo. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)*, 2(2), 28–43.
- Pahlevi, R. R., Suryani, V., Nuha, H. H., & Yasirandi, R. (2022). Secure Two-Factor Authentication for IoT Device. *2022 10th International Conference on Information and Communication Technology (ICoICT)*, 407–412. IEEE.
- Samsir, N. (2020). *Pengaruh Keandalan dan Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Konsumen pada Pengguna Jasa di Mahakarya Photography*. Universitas Negeri Makassar.
- Sayyid, M. (2020). *Strategi Pemasaran Bisnis Farmasi*. Zifatama Jawa.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: PT Alfabeta.
- Sugiyono, P. D. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan (Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi, R&d dan Penelitian Pendidikan)*. *Metode Penelitian Pendidikan*.