

Pengaruh Harga, Gaya Hidup Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa Di Bekasi

Nazifa Fitri

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

Email: nazifafr1103@gmail.com

Hadita Hadita

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, Indonesia

Email: hadita@dsn.ubharajaya.ac.id

Korespondensi : nazifafr1103@gmail.com

Abstract. *Facing very rapid business developments, many companies are implementing better strategies to meet consumer needs and also provide the best service. So this research wants to find out whether there is an influence of price, lifestyle and product quality on purchasing decisions for Janji Jiwa coffee in Bekasi. This research method uses a quantitative approach by distributing questionnaires. The data was processed using SPSS by conducting Validity, Reliability, Determination Coefficient, Partial T Test and Simultaneous F Test. The results of this research show that the Lifestyle variable has a partial influence on the decision to purchase Janji Jiwa coffee in Bekasi, while the price and product quality variables have no partial and significant influence on the decision to purchase Janji Jiwa coffee in Bekasi. And the variables Price, Lifestyle and Product Quality together simultaneously influence the Purchase Decision for Janji Jiwa Coffee in Bekasi.*

Keywords: *Price, Lifestyle, Product Quality, Purchase Decision.*

Abstrak. *Menghadapi perkembangan bisnis yang sangat pesat, banyak perusahaan menerapkan strategi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan konsumennya dan juga memberikan pelayanan yang terbaik. Maka penelitian ini ingin mengetahui adakah pengaruh Harga, Gaya Hidup dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner. Adapun data diolah menggunakan SPSS dengan melakukan Uji Validitas, Reliabilitas, Koefisien Determinasi, Uji T Parsial dan Uji F Simultan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Variabel Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi, sedangkan variabel Harga dan Kualitas Produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kopi Janji Jiwa di Bekasi. Dan Variabel Harga, Gaya hidup dan Kualitas Produk bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.*

Kata Kunci: *Harga, Gaya Hidup, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian*

PENDAHULUAN

Perkembangan bisnis industri kuliner di Indonesia menghadapi kemajuan yang cukup pesat. Seperti pada zaman modern saat ini, aktivitas bisnis di dunia kuliner sudah banyak diimbangi oleh para pebisnis berpengalaman di bidang tersebut. Karena perkembangan yang cukup pesat maka memperkuat situasi persaingan antar pebisnis, sehingga konsumen dikemukakan pada beragam pilihan produk yang dipasarkan oleh masing-masing pebisnis berdasarkan keperluan dan kemauan konsumen. Dan salah satu informasi yang diperoleh yaitu keperluan dan kemauan masyarakat yang sering melimpah dan berubah ubah.

Dari sekian banyak bisnis kuliner di Indonesia yang mengalami perkembangan salah satunya yaitu bisnis kopi. Mengingat besarnya populasi generasi muda di Indonesia, semakin populernya kopi di lingkungan generasi muda sehingga menjadi tanda baik bagi bisnis kopi. Seiring berkembangnya bisnis kopi, para pengusaha kopi semakin tertantang untuk menciptakan inovasi dan perbedaan unik pada produknya untuk mendapatkan keunggulan dan menciptakan produk baru. Tujuannya untuk dapat bertahan dan berkembang dengan adanya keunggulan kompetitif yang dimiliki dibandingkan dengan pesaing lainnya (Alifisyah et al., 2023).

Dilihat dari berkembangnya bisnis kopi saat ini, Kopi Janji Jiwa ialah suatu kedai kopi modern yang kini sedang berkembang di lingkungan sekitar. Bisnis waralaba bernama Kopi Janji Jiwa pertama berdiri saat pertengahan musim 2018. Kopi Janji Jiwa hanya mampu menjual 20 gelas sehari saat pertama kali dibuka usahanya. Namun, terbukti dengan 900 lokasinya di seluruh Indonesia, perusahaan ini telah berkembang menjadi jaringan waralaba dengan pertumbuhan pesat di Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, Janji Jiwa mampu mendapatkan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama yang dimana ini adalah tugas yang sulit. Ada beberapa elemen faktor yang memberikan dampak dari dalam perusahaan maupun luar perusahaan, dan pelaku bisnis harus mampu memahami perilaku pelanggan agar dapat mengambil keputusan pembelian yang tepat.

Kotler (2002) menegaskan bahwa keputusan pelanggan untuk membeli suatu produk atau tidak tercermin dari tindakannya. Kotler (2008) menegaskan bahwa melakukan pembelian merupakan suatu proses yang melibatkan sejumlah langkah bagi pelanggan. Schiffman dan Kanuk (2010) menegaskan, hasil pertimbangan dua pilihan atau lebih disebut keputusan pembelian. Keputusan mengenai sifat dan keunggulan produk merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan. Penilaian terhadap vendor, bentuk produk, merek, volume, dan waktu pembayaran pembelian, serta pertimbangan lainnya. Berdasarkan informasi yang diberikan para ahli di atas, harga suatu perusahaan, gaya hidup dan kualitas produk yang ditawarkan kepada pelanggan merupakan tiga aspek yang mempengaruhi keputusan untuk membeli (Juwita & Faddila, 2023).

Kotler & Armstrong (2008) mengemukakan, bahwa harga ialah beberapa uang yang diklaim suatu bisnis akan produk maupun jasanya. Total uang yang harus dibayar sebagai imbalan atas penggunaan sesuatu dapat dianggap sebagai harga atau jasa dasar. Harga punya peran penting pada mengambil keputusan pembelian. Hasil Penelitian (Damayanti & Saputro, 2023) menyatakan keputusan pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh harga. Terlihat jelas bahwa lebih banyak pembelian yang dilakukan jika harganya masuk akal.

Gaya hidup adalah elemen lain yang memberikan dampak pada keputusan pembelian. Gaya hidup yaitu suatu hal yang sanggup merangsang peningkatan minat beli pelanggan. Adanya gaya hidup yang berubah tidak hanya memudahkan perusahaan dalam menganalisa keperluan konsumen, dimana kemauan konsumen merupakan hal berarti yang wajib diperhatikan oleh perusahaan (Siti Marwah, Ahmad Suharto, 2018). Hasil penelitian (Amelia & Sukmasari, 2022) menyatakan Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikansi oleh gaya hidup.

Kualitas produk adalah elemen lain yang juga memberikan dampak pada keputusan pembelian. Kualitas produk menjadi salah satu hal berarti bagi pelanggan saat akan melangsungkan pembelian suatu barang maupun jasa. Perusahaan perlu terus bekerja keras untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas produk itu sendiri agar dapat mempengaruhi keputusan calon pelanggan dan menyediakan barang yang berkualitas tinggi (Mustika Sari & Piksi Ganesha, 2021). Hasil penelitian (Aghitsni & Busyra, 2022) menyatakan Keputusan Pembelian dipengaruhi secara positif dan signifikansi oleh kualitas produk.

Tujuan atas penelitian disini yaitu guna mendapati adakah pengaruh harga, gaya hidup dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian kopi Janji Jiwa di Bekasi, baik secara parsial maupun simultan.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis terdorong melaksanakan penelitian dengan judul: "Pengaruh Harga, Gaya Hidup dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi".

TINJAUAN PUSTAKA

Harga

Kotler & Keller (2009) menyatakan bahwa harga ialah unsur penting dalam Imarketing mix yang memperoleh pendapatan (Hadita, 2019). Kebijakan harga ialah keputusan paling berarti dan kompleks yang wajib ditetapkan perusahaan (Hernikasari et al., 2022). Harga harus disesuaikan oleh bisnis untuk mencerminkan perubahan kondisi pasar dan perubahan lingkungan, paling utama ketika persaingan meningkat serta perkembangan permintaan terpatok (Khaira et al., 2022). Di lingkungan yang kompetitif saat ini, perusahaan wajib berhati-hati dan fleksibel ketika mempertimbangkan faktor harga (Azahra & Hadita, 2023). Sebab, tingkat harga yang ditetapkan tidak hanya berdampak besar terhadap daya saing perusahaan, namun juga dapat meyakinkan dan mempengaruhi konsumen (Mulyadi, 2022).

Gaya Hidup

Menurut Kotler dan Keller dalam (Amelia & Sukmasari, 2022), Gaya hidup seseorang adalah cara mereka mengekspresikan diri melalui minat, hobi, dan sudut pandang (Widjanarko, Pramukty, et al., 2022). Salah satu komponen perilaku konsumen mengenai pengaruh kepada keputusan pembelian ialah gaya hidup tiap konsumen (Widjanarko, Hadita, et al., 2023). Pelanggan ingin membeli barang praktis serta berkualitas tinggi membuat keputusan berdasarkan gaya hidup tiap konsumen. Cara hidup seseorang, keluarga, tingkat pendidikan, dan jenis pekerjaan semuanya mempengaruhi gaya hidup seseorang (Swatama & Warmika, 2022).

Kualitas Produk

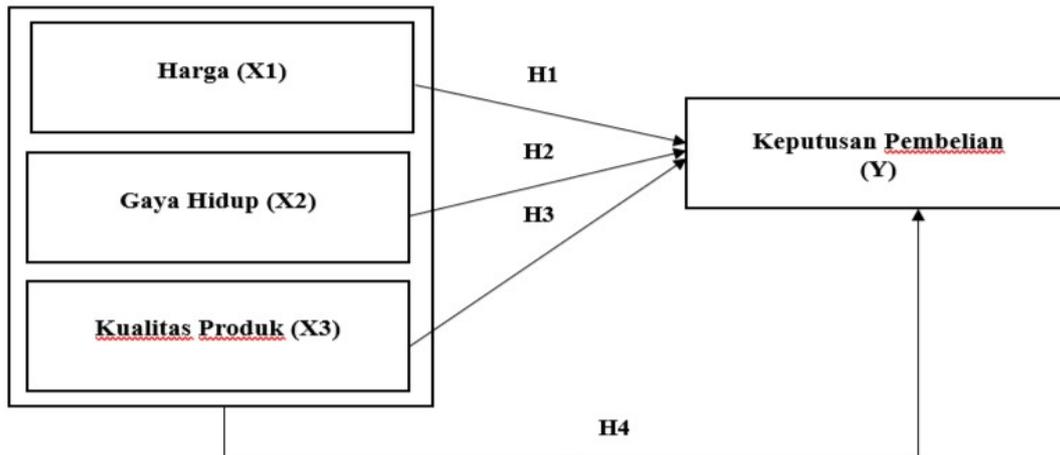
Kotler dalam (Amelia & Sukmasari, 2022) menyatakan, Kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsi yang diharapkan menentukan kualitasnya, ini mencakup fitur-fitur seperti keandalan umum, daya tahan, serta kemudahan penggunaan dan perbaikan (Widjanarko, Wahyu Hidayat, et al., 2022). Kualitas produk berarti kualitas kesesuaian tanpa kerusakan dan kemampuan untuk terus memberikan tingkat pekerjaan yang diinginkan (Jumawan et al., 2023). Selain mengurangi kecacatan produk, tujuan utama kualitas produk secara keseluruhan adalah untuk meningkatkan layanan pelanggan (Saputra et al., 2023). Dimana produk adalah fokus setiap perusahaan, sejak dari merancang dan menerapkan teknik produksi dan teknik operasi hingga menciptakan rancangan pemasaran dan teknik distribusi hingga periklanan serta pembinaan tenaga setiap karyawan untuk melakukan penjualan (Juwita & Faddila, 2023).

Keputusan Pembelian

Schiffman dan Kanuk dalam (Juwita & Faddila, 2023) menyatakan, keputusan pembelian melibatkan pengambilan keputusan antara dua atau lebih pilihan. Keputusan mengenai sifat dan keunggulan produk merupakan bagian dari proses pengambilan keputusan (Saputra & Sumantyo, 2023). Yang dimaksud dengan keputusan pembelian yaitu dimana konsumen membuat penilaian mengenai apa yang harus dibeli dan bagaimanakah menggunakan layanan yang diiklankan oleh pelaku usaha (Widjanarko, Saputra, et al., 2023). Keputusan pembelian sangat ditaklukkan oleh tindakan pelanggan (Hadita, 2018). Sesungguhnya prosedur ini ialah suatu langkah dalam proses pemecahan masalah yang bertujuan untuk memuaskan permintaan atau keinginan pelanggan (Oktavia, 2023).

Kerangka Berpikir

Berlandaskan landasan teoritis dan tinjauan penelitian sebelumnya, maka mampu dikembangkan kerangka penelitian seperti gambar berikut:



Gambar 1. Kerangka Berpikir

Perumusan Hipotesis

Berdasarkan teori yang dikemukakan sebagai upaya sementara untuk mengatasi permasalahan yang akan diangkat pada penelitian ini ialah:

H1 : Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.

H2 : Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.

H3 : Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.

H4 : Harga, Gaya Hidup dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.

METODE PENELITIAN

Pengkajian ini memakai kuantitatif metode yang dilakukan dengan cara pengisian kuesioner oleh konsumen Kopi Janji Jiwa di Bekasi, populasinya yaitu pelanggan Kopi Janji Jiwa di Bekasi dan sampel yang dipergunakan dalam pengkajiannya ini dipilih memakai teknik quota sampling, yaitu pemilihan sampel dari suatu populasi (terutama yang tidak terbatas atau tidak jelas) dengan menetapkan jumlah target yang harus dicapai. Peneliti memilih sampel sebanyak 100 pelanggan berdasarkan kuantitas kuesioner yang disebar. Adapun data yang diolah menggunakan SPSS *Version 25* dengan Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Normalitas, Uji Regresi Berganda, Uji Determinasi dan Uji Hipotesis (termasuk uji parsial (t) dan uji simultan (f)) (Ali et al., 2022).

Data primer, atau data dikumpulkan langsung dari responden yang telah mengisi kuesioner oleh peneliti, dimana ini merupakan data yang dipergunakan pada penelitian ini. Dan juga memakai data sekunder, ialah data yang dikumpulkan melewati berbagai informasi penelitian terdahulu untuk kelengkapan data penelitian (Ali, H., & Limakrisna, 2013).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Tabel 1
Hasil Pengujian Validitas

| | | X1 | X2 | X3 | X4 |
|---------------------|---------------------|---------|--------|---------|--------|
| Harga | Pearson Correlation | 1 | .686** | 0,580** | .578** |
| | Sig. (2-tailed) | | 0,000 | 0,000 | 0,000 |
| | N | 100 | | | |
| Gaya_Hidup | Pearson Correlation | .686** | 1 | .490** | .778** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | | 0,000 | 0,000 |
| | N | 100 | | | |
| Kualitas_Produk | Pearson Correlation | 0,580** | .490** | 1 | .414** |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | | 0,000 |
| | N | 100 | | | |
| Keputusan_Pembelian | Pearson Correlation | .578** | .778** | .414** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | 0,000 | 0,000 | 0,000 | |
| | N | 100 | | | |

Dapat disimpulkan bahwa setiap indikator pertanyaan adalah valid, berdasarkan hasil signifikansi penelitian ($0.000 < 0.05$) untuk seluruh indikator, seperti yang ditunjukkan oleh data di atas.

Uji Reliabilitas

Tabel 2
Hasil Pengujian Reliabilitas

| Variabel | Conbarchs Alpha | Kesimpulan |
|---------------------|-----------------|------------|
| Harga | 0,873 | Reliable |
| Gaya Hidup | 0,861 | Reliable |
| Kualitas Produk | 0,914 | Reliable |
| Keputusan Pembelian | 0,920 | Reliable |

Berlandaskan pengujian di atas, dari pengujian tersebut dihasilkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0.851 dimana nilai tersebut di atas nilai standar yaitu sebesar 0.60. Maka, memperoleh kesimpulan bahwa penelitian dikatakan konkrit (reliabel).

Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Pengujian Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|-------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters | Mean | 0,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,70674459 |
| Most Extreme Difference | Absolute | 0,98 |
| | Positive | 0,98 |
| | Negative | -0,94 |
| Test Statistics | | 0,98 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | 0,019 ^c |

Hasil nilai Asymp. Sig lebih rendah dari 0.05 atau sejumlah 0.000, berdasarkan data di atas. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa nilai residu di atas tidak ada yang berdistribusikan normal.

Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4
Hasil Pengujian Regresi Linear Berganda

| Model | Unstandardized Coefficients | |
|-----------------|-----------------------------|--------------|
| | Coefficients | Coefficients |
| | B | Std. Error |
| Constanta | 1,900 | 1,322 |
| Harga | 0,091 | 0,116 |
| Gaya Hidup | 0,765 | 0,095 |
| Kualitas Produk | 0,024 | 0,097 |

Berlandaskan hasil pengujian, disajikan permasalahan hasil uraian regresi linear berganda yaitu:

Tingkat keputusan pembelian = 1.900 + 0.091 Harga + 0.765 Gaya Hidup + 0.024 Kualitas Produk + e

Berikut penjelasan model persamaan regresinya :

- Nilai konstan dari 1.900 menyatakan bahwa variabel Keputusan Pembelian adalah sebesar 1.900 jika variabel Harga, Gaya Hidup dan Kualitas Produk diasumsikan konstan atau nol.
- Koefisien regresi Harga sebesar 0.091. Dengan kata lain, ketika nilai variabel “Harga” menghadapi peningkatan sebanyak 1 unit, sehingga variabel “Keputusan Pembelian” juga menghadapi peningkatan sebanyak 0.091.
- Koefisien regresi Gaya Hidup sebesar 0.765. Dengan kata lain, ketika nilai variabel “Gaya Hidup” menghadapi peningkatan sebanyak 1 unit, sehingga variabel “Keputusan Pembelian” juga menghadapi peningkatan sebanyak 0.765.
- Koefisien regresi Kualitas Produk sebesar 0.024. Dengan kata lain, ketika nilai variabel “Kualitas Produk” menghadapi peningkatan sebanyak 1 unit, sehingga variabel “Keputusan Pembelian” juga menghadapi peningkatan sebanyak 0.024.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi

| Model | Adjusted R Square |
|-------|-------------------|
| 1 | 0,597 |

Seperti yang terlihat dari data di atas:

$$\begin{aligned} \text{Koefisien Determinasi} &= 0.597 \times 100\% \\ &= 59.7\% \end{aligned}$$

Temuan penelitian membuktikan bahwasanya variabel Harga, Gaya Hidup, serta Kualitas Produk mempunyai dampak yang signifikan sebesar 59.7% pada Keputusan Pembelian. Keadaan ini di tunjukkan atas koefisien determinasi sejumlah 0.597, selebihnya ($100\% - 59.7\% = 40.3\%$) responsif akan variabel yang tidak disertakan pada acuan regresi ini.

Uji Hipotesis

Perolehan pengujian hipotesis memakai uji t dibuktikan atas Tabel 6 :

Tabel 6
Hasil Pengujian Hipotesis Parsial t

| Model | t | Sig | Kesimpulan |
|-----------------|-------|-------|------------------|
| Constanta | 1,437 | 0,154 | |
| Harga | 0,785 | 0,434 | Tidak Signifikan |
| Gaya Hidup | 8,083 | 0,000 | Signifikan |
| Kualitas Produk | 0,246 | 0,806 | Tidak Signifikan |

Berlandaskan hasil pengujian, diketahui : $n = 100$

Tingkatan pengujian = 0.05, namun karena dua arah, sehingga $0.05 \div 2 = 0.025$

$$\begin{aligned} df &= 100 - 2 \\ &= 98 \end{aligned}$$

Kemudian, sesuai t_{tabel} di dapatkan hasil sejumlah 1.984

- Hasil subtes hipotesis variabel Harga memperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 0.785 < t_{\text{tabel}} = 1.984$ dan signifikansinya sebesar $0.434 > 0.05$ akhirnya, diputuskan bahwasanya Harga tidak menaruh dampak signifikan dan positif kepada variabel Keputusan Pembelian.
- Hasil subtes hipotesis variabel Gaya hidup memperoleh nilai $t_{\text{hitung}} = 8.083 > t_{\text{tabel}} = 1.984$ dan signifikansinya sejumlah $0.000 < 0.05$ akhirnya, diputuskan bahwasanya Gaya hidup tidak menaruh dampak signifikan dan positif kepada variabel Keputusan Pembelian.

- c) Hasil subtes hipotesis variabel Kualitas Produk memperoleh nilai $t_{hitung} = 0.246 < t_{tabel} = 1.984$ dan signifikansinya sebanyak $0.806 > 0.05$ akhirnya, diputuskan bahwasanya Kualitas Produk tiada menaruh dampak signifikansi serta positif kepada Keputusan Pembelian.

Uji Kelayakan Model

Hasil pengujian kelayakan model memakai Uji Simultan (F) dibuktikan atas Tabel 7:

Tabel 7
Hasil Pengujian Kelayakan (Uji Simultan (F))

| Model | Sum of Square | df | Mean Square | F | Sig. |
|-----------|---------------|----|-------------|--------|-------|
| Regresion | 449,255 | 3 | 149,753 | 49,851 | 0,000 |
| Residual | 288,385 | 96 | 3,004 | | |
| Total | 737,640 | 96 | | | |

Berdasarkan data diatas diketahui : $n = 100$

$$F_{tabel} = (3, 100 - 3) \\ = (3, 98)$$

Maka, sesuai perhitungan di dapatkan sebesar 2.698.

Hasil dari perhitungan statistik menunjukkan nilai $F_{hitung} = 49.851 > F_{tabel} = 2.698$ serta hasil signifikansinya $0.000 < 0.05$, ini menunjukkan bahwasanya Harga, Gaya hidup serta Kualitas Produk memiliki pengaruh serempak (simultan) dan substansial akan Keputusan Pembelian.

KESIMPULAN

Kesimpulan akhir dari penelitian yang sudah dilakukan sesuai dengan rumusan masalah dan hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Variabel Gaya Hidup berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi, sedangkan variabel Harga dan Kualitas Produk tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian kopi Janji jiwa di Bekasi.
2. Variabel Harga, Gaya hidup dan Kualitas Produk bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji jiwa di Bekasi.
3. Variabel Gaya Hidup yang paling berpengaruh dominan terhadap Keputusan Pembelian Kopi Janji Jiwa di Bekasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aghitsni, W. I., & Busyra, N. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Di Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 6(3), 38–51. <https://doi.org/10.31955/mea.v6i3.2271>
- Ali, H., & Limakrisna, N. (2013). Metodologi Penelitian (Petunjuk Praktis Untuk Pemecahan Masalah Bisnis, Penyusunan Skripsi (Doctoral dissertation, Tesis, dan Disertasi. In *In Deppublish: Yogyakarta*.
- Ali, H., Sastrodiharjo, I., & Saputra, F. (2022). Measurement of Organizational Citizenship

- Behavior: Workload, Work Culture and Motivation (Literature Review Study). *Journal of Multidisciplinary Science*, 1(1), 83–93.
- Alifisyah, T. M., Widodo, J., & Wahyuni, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Coffee Shop Gudang Seduh Senduro Kabupaten *EKONOMI: Jurnal Ilmiah Ilmu ...*, 17, 52–58. <https://doi.org/10.19184/jpe.v17i1.25813>
- Amelia, Y., & Sukmasari, D. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Kualitas Produk Pada Keputusan Pembelian Starbucks Coffee. *Journals of Economics and Business*, 2(1), 47–56. <https://doi.org/10.33365/jeb.v2i1.77>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Variabel Intervening Minat Beli KFC Golden City Bekasi Di Sosial Media Instagram. *Jurnal Economina*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Damayanti, D., & Saputro, E. P. (2023). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Janji Jiwa Di Purwodadi. *Jurnal Lentera Bisnis*, 12(2), 508. <https://doi.org/10.34127/jrlab.v12i2.775>
- Hadita. (2018). DAMPAK KERAGAMAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RAMAYANA DEPARTEMEN STORE. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 3(30), 365–374.
- Hadita. (2019). Promosi Dan Harga pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food. *Ekspektra : Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 3(1), 25–38. <https://doi.org/10.25139/ekt.v3i1.1431>
- Hernikasari, I., Ali, H., & Hadita, H. (2022). Determinasi Citra Merek Melalui Kepuasan Pelanggan Bear Brand: Analisis Harga Dan Kualitas Produk (Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 437–450. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.1004>
- Jumawan, J., Saputra, F., & Prabowo, P. B. (2023). Determinasi Pelatihan Florist dan Kualitas Pelayanan Kewirausahaan Pada Kejutbypugo Kota Bekasi. *OPTIMAL: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 3(4), 216–227.
- Juwita, A., & Faddila, S. P. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Café Kenalin Ini Kopi Karawang. *Jurnal Manajemen Strategik Dan Simulasi Bisnis*, 4(1), 24–32. <https://doi.org/10.25077/mssb.4.1.24-32.2023>
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Kafe Sudut Halaman. *JAMAN: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen Bisnis*, 2(3), 24–30.
- Mulyadi, M. N. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Lapis Talas Kujang Bogor untuk Keperluan Usaha Waralaba. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 10(3), 511–518. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v10i3.1539>
- Mustika Sari, R., & Piksi Ganesha, P. (2021). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survey Pelanggan Produk Sprei Rise). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 5(3), 1171–1184.
- Oktavia, B. (2023). *E-Jurnal Surpul (Jurnal Ilmu Manajemen Dan Kwirausahaan) PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN*. 3(1), 95–103.
- Saputra, F., Mahaputra, M. R., & Maharani, A. (2023). Pengaruh Jiwa Kewirausahaan terhadap

Motivasi dan Minat Berwirausaha (Literature Review). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta (JKMT)*, 1(1), 42–53.

- Saputra, F., & Sumantyo, F. D. S. (2023). Pengaruh Sistem Informasi Manajemen: Kepuasan Konsumen dan Keputusan Pembelian Tiket MPL Mobile Legend di Aplikasi Blibli. com. *Cuan: Jurnal Kewirausahaan Dan Manajemen Bisnis*, 1(2), 98–105.
- Siti Marwah, Ahmad Suharto, T. D. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Produk Elzatta*. 3, 103–111.
- Swatama, I. G. A. A., & Warmika, I. G. K. (2022). PERAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE IPHONE YANG DIMEDIASI OLEH SIKAP (Studi Pada Konsumen Pengguna Iphone di Kabupaten Gianyar). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 11(6), 1231. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v11.i06.p09>
- Widjanarko, W., Hadita, H., Saputra, F., & Cahyanto, Y. A. D. (2023). Determinasi Kemudahan Akses Informasi Bagi Keputusan Investasi Gen Z. *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(4), 248–264.
- Widjanarko, W., Pramukty, R., & Yulianah, H. (2022). Strategic Financial Management in Micro , Small and Medium Enterprises (Msmes). *Jurnal Ekonomi*, 11(1), 255–260. ejournal.seaninstitute.or.id
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian dan Loyalitas Pelanggan terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 4(5), 678–685.
- Widjanarko, W., Wahyu Hidayat, W., Prasetyo, E. T., Eprianto, I., & Yulianah. (2022). The Effect of Financial Literacy on the Financial Management of MSMEs in Jatinangor District, Sumedang Regency. *Enrichment: Journal of Management*, 12(5), 3359–3364.