

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Dadakan Bang Jali Di Kota Bekasi

Prayuda Putra Ariansyah¹, Widi Winarso², Kardinah Indrianna Meutia³,
Milda Handayani⁴, Rini Wijayaningsih⁵

¹⁻⁵ Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi penulis : prayudaputra26@gmail.com

Abstract. *Sambal Dadakan Bang Jali is a type of UKM culinary business located in Bekasi City. This business was founded in 2020 during the COVID-19 pandemic and at that time only the company implemented a take away strategy. This study aims to determine the effect of product quality and service quality on purchasing decisions for Sambal Dadakan Bang Jali in Bekasi City. This study uses a type of Quantitative research. The population of this study were customers / visitors of Sambal Dadakan Bang Jali in Bekasi City. The sample collection method used is Non-Probability Sampling. Purposive sampling is a sampling approach method with the hair formula and a sample of 80 respondents. Data collection by means of observation, interviews, and questionnaires, data analysis using multiple linear regression methods. The results stated that product quality has a significant effect on purchasing decisions, while service quality has a significant effect on purchasing decisions and then simultaneously product quality and service quality affect purchasing decisions.*

Keywords: *Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions*

Abstrak. Sambal Dadakan Bang Jali merupakan jenis usaha kuliner UKM yang berada di Kota Bekasi. Bisnis ini didirikan pada tahun 2020 disaat pada pandemi COVID-19 berlangsung dan pada saat itu hanya perusahaan menerapkan strategi take away. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Dadakan Bang Jali Di Kota Bekasi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif. Populasi penelitian ini adalah Pelanggan / Pengunjung Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi. Metode pengumpulan sampel yang digunakan Non-Probability Sampling. Purposive sampling adalah metode pendekatan pengambilan sampel dengan rumus hair dan sampel sebanyak 80 Responden. Pengumpulan data dengan cara observasi, wawancara, dan kuesioner, analisis data menggunakan metode regresi linier berganda. Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, sedangkan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, lalu secara simultan kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

LATAR BELAKANG

Pertumbuhannya universal perbisnisan ketat zaman ini menciptakan banyaknya produk barang dan jasa bermunculan dan menawarkan bermacam – macam keuntungan dan keunikan setiap produk dan jasa ini. Akibatnya menciptakan pelanggan memiliki banyaknya opsi menerapkan produknya barang dan jasa yang ditawarkan produsen mempengaruhi di bidang kuliner saat ini salah satunya pertumbuhan yang sangat membantu perekonomian bangsa ini, sebagai pelaku pasar, dan para produsen mempunyai strategi agar bisa menciptakan maupun mempertahankan pelanggan. Bisnis di bidang kuliner merupakan bisnis yang dapat berkembang cepat dan pesat saat ini, hal ini dipengaruhi terdapat ide kreatif dan inovatif dari pembuat konsep pemasaran pada usaha kuliner. Selain itu, pengembangan konsep usaha ialah kebutuhan

lumayan penting pada bidang usaha kuliner dan tidak bisa terpisahkan dari gaya hidup yang diinginkan masyarakat saat ini.

Terdapat beberapa strategi atau cara yang dapat dilakukan bagi pengusaha atau pemilik dari usaha kuliner dalam menghadapi kompetisi ketat, salah satunya adalah proses pembuat konsep dapat memahaminya perilaku pelanggan, baik dari konsumen akan membeli ataupun pelanggan sudah membeli produk tersebut. Pemilik konsep ataupun pengusaha modal tersebut perlu mengetahui kriteria dari pelanggan tersebut secara garis besar agar memberikan pelayanan baik dan layak terhadap pelanggan tersebut.

Kualitas produk ialah situasi fisiknya, manfaat, dan sifatnya produk bisa memenuhi preferensi dan keperluan pelanggan sesuai nilai uang dibayarkan (Syamsiyah & Winarso, 2023). Dalam memenuhi keperluan pelanggan, pengusaha tersebut perlu melaksanakan strategi pada hal pengukurannya.

Sistem dalam melaksanakan proses hal pengukuran ialah melalui sistem membagikan produk, yaitu pengelompokan makanan untuk berbagai kriteria, salah satunya adalah mutu rasa, kuantitas, porsi, berbagai menu, ataupun jenis variasi makanan akan ditawarkannya kepada konsumen.

Pada penelitiannya akan menguraikan terkait usaha kuliner di bidang tradisional yang bernama Sambal Dadakan Bang Jali. Bisnis ini didirikan pada tahun 2020 disaat pada pandemi COVID-19 berlangsung dan pada saat itu hanya perusahaan menerapkan strategi take away. Hal ini dilakukan karena adanya pandemi.

Dengan adanya pandemi pemerintah menerapkan aturan yang ketat bagi pelaku usaha kuliner. Sambal Dadakan Bang Jali ini hanya berlokasi di Kota Bekasi, lebih tepat terletak di daerah Duku Zamrud, Padurenan, Mustika Jaya. Setelah pandemi berakhir Sambal Dadakan Jali telah beroperasi kembali normal dari jam 08.00 – 21.00. produk yang ditawarkan oleh Sambal Dadakan Bang Jali berupa makanan maupun minuman yang berhubungan dengan Sambal.

Pada saat ini perkembangan konsumen dalam hal bidang kuliner semakin pintar dan sangat kritis dalam menilai produk dari perusahaan tersebut. Dengan hal ini maka pelaku bisnis harus melakukan penyajian inovasi pada kualitas dan kuantitas baik terhadap pelanggan. Kualitas layanan merupakan keunggulan dan kualitas dari barang dan jasa, menilai seberapa besarnya jauhnya kualitas diterima setiap pelanggan, dan memenuhi keperluan, keinginan, dan harapannya pelanggan (Chelintia et al., 2023)

Apabila pelaku bisnis tidak melakukan penyajian inovasi dalam kualitas dan pelayanan terhadap konsumen maka konsumen akan menilai bisnis tersebut jelek dalam hal kualitas

pelayanan dan lainnya. Keputusan pembelian merupakan tahapan prosesnya pengambilan keputusannya di mana pelanggan memilih untuk beli barang tersebut (Rizki et al., 2023).

Dalam strategi pemasaran terdiri atas 4 macam ialah produk, harga, tempat, dan promosi sejalan berkembangnya badan usaha maupun korporasi dan perubahannya dari lingkungan pemasaran serta tingkah laku pelanggan sedang berkembang. Kinerja karyawan juga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan serta hal lainnya terhadap tingkat kualitas perusahaan. Terdapat pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan bisa memengaruhi produktivitas kinerja karyawan saat ini.

Untuk mempertahankan konsumen dan juga pelanggan baru, kualitas produk dan kualitas layanan bisa memengaruhi pembelian konsumen tersebut. Agar perusahaan mendapatkan profit yang maksimal, maka perusahaan wajib melakukan cara semaksimal mungkin dalam peningkatan dari segi kualitas produk dan pelayanan. Pada uraian sebelumnya, sehingga peneliti ingin melaksanakan studi lebih lanjut terhadap Sambal Dadakan Bang Jali dengan judulnya **“Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi.”**

KAJIAN TEORITIS

Perilaku Konsumen

Secara penelitiannya, grand teori Menurut Scihffman dan Kanuk, perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai tindakan dibuktikan proses mencari, beli, menerapkan, menilai, dan memilih barang, jasa, dan konsep pemahaman diperlukan untuk menerjemahkan informasinya baru di lingkungannya (Daulay, 2017).

Perilaku konsumen ialah dinamis melibatkan interaksi antara afeksi dan kognisi, perilaku dan kejadian sehingga menyebabkan pertukaran (Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, 2021).

Kualitas Produk

Kualitas produk pandangannya Assauri dalam ialah pernyataan tingkat kelebihan barang ataupun jasa tertentu menjalankan fungsi diharapkan. Kualitas dinyatakan baik bila penyedia barang dan jasa memberikannya layanan sebanding diharapkan pelanggan (Martani, Utami & Fauziah, 2022).

Kualitas produk ialah kemampuan produk dalam memperagakan fungsinya termasuk durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, reparasi produk dan atribut produk lainnya (Budi & Yasa, 2023).

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan ialah bagian pengelolaan strategik tersistem dan integratif, melibatkan elemen manajemen agar terpenuhinya keperluan dan harapannya pelanggan (Dita Puspita Sari, 2022).

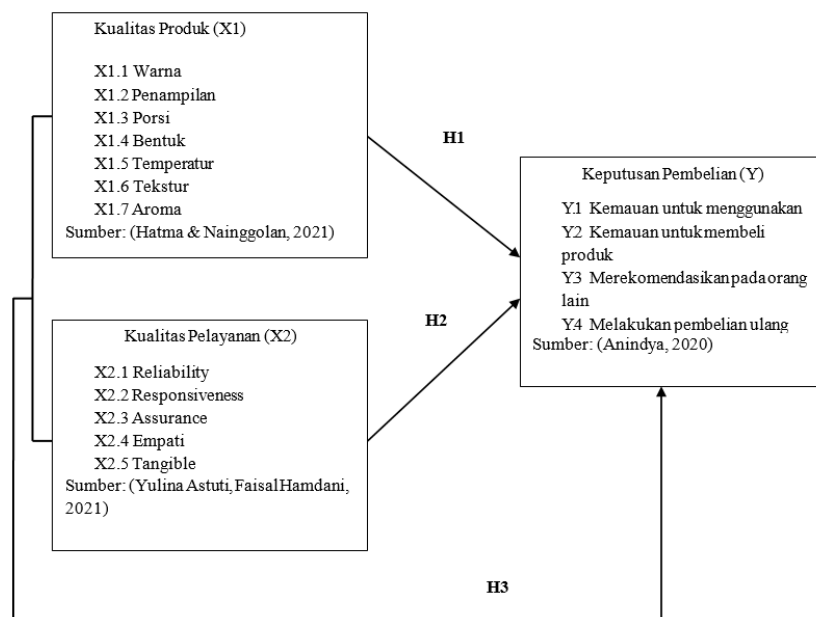
Kualitas pelayanan ialah memberi manfaat kepada pelanggan melalui peningkatan kinerja bisnis atau pemasaran perusahaan (Sudiantini et al., 2023).

Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian ialah aktivitas pemecahan masalah dilaksanakan individu pada penentuan alternative perilaku sesuai 2 alternative perilaku ataupun lebih dan dianggapnya menjadi perilaku tepat membeli melalui tahapannya sistem pengambilan keputusan (Yulina Astuti, Faisal Hamdani, 2021).

Keputusan pembelian ialah tahapan proses keputusan pembeliannya sebelum perilaku pasca pembelian berdasarkan pilihan yang ditentukan (Arfah et al., 2022).

Kerangka Konseptual



Gambar 1. Kerangka Konseptual

METODE PENELITIAN

Desain penelitiannya kuantitatif karenanya datanya digunakan seperti angka nantinya dianalisis lanjutan. Kuantitatif adalah penelitiannya yang mengacu fakta dengan tujuannya menjawab perumusan permasalahan hipotesis awal cara teknik statistik (Dharmanto, 2018).

Penelitian kuantitatif ialah jenis penelitian menemukan hal-hal dengan melakukan penelitian statistik atau penelitiannya ilmiah sistematis tentang bagian dan fenomenanya serta kaitan lain (sujarweni, 2019).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Uji Validitas

Tabel 1.Uji Validitas

Variabel	Butir Pernyataan	R-hitung	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	KP.1	0.339	0.2199	Valid
	KP.2	0.610		Valid
	KP.3	0.547		Valid
	KP.4	0.641		Valid
	KP.5	0.372		Valid
	KP.6	0.312		Valid
	KP.7	0.399		Valid
	KP.8	0.344		Valid
	KP.9	0.403		Valid
	KP.10	0.283		Valid
	KP.11	0.476		Valid
	KP.12	0.585		Valid
	KP.13	0.306		Valid
	KP.14	0.397		Valid
Kualitas Pelayanan (X2)	KPL.1	0.418	0.2199	Valid
	KPL.2	0.279		Valid
	KPL.3	0.471		Valid
	KPL.4	0.345		Valid
	KPL.5	0.319		Valid
	KPL.6	0.421		Valid
	KPL.7	0.394		Valid
	KPL.8	0.403		Valid
	KPL.9	0.461		Valid
	KPL.10	0.360		Valid
	KPL.11	0.477		Valid
	KPL.12	0.370		Valid
	KPL.13	0.224		Valid
	KPL.14	0.234		Valid
Keputusan Pembelian (Y)	KPN.1	0.366	0.2199	Valid
	KPN.2	0.267		Valid
	KPN.3	0.530		Valid
	KPN.4	0.393		Valid
	KPN.5	0.230		Valid
	KPN.6	0.407		Valid
	KPN.7	0.317		Valid
	KPN.8	0.493		Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Terkait hasilnya dapat disimpulkan r-hitung setiap indikator butir pernyataannya variabelnya Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan serta Keputusan Pembeliannya $>$ r-tabel (0.2199). Maka bisa disimpulkannya butir – butir pernyataan bisa dinyatakannya valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Croanbach's Alpha	Nilai Alpha (Kriteria)	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,810	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,750	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,679	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Nilainya Cronbach's Alpha setiap variabelnya ditunjukkan, seperti ditunjukkan tabel di atas. Oleh karena itu, karena setiap instrumen mempunyai nilainya Cronbach's Alpha $> 0,60$ dan bisa kesimpulannya pernyataan – pernyataan kuesioner hasilnya ialah reliabel.

Uji T (Parsial)

Tabel 3. Uji T (Parsial)

		Coefficients ^a			
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	.480	1.789		.268
	TOTAL_KP_X1	.151	.033	.292	4.618
	TOTAL_KPL_X2	.412	.038	.692	10.919

a. Dependent Variable: TOTAL_KPN_Y

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Secara hasilnya pengukuran dibuktikan tabel di atas menunjukkan setiap variabel ialah:

- Kualitas Produk (X1) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)** Pada variabelnya Kualitas Produk, hasilnya pengujian T parsial membuktikan bahwa nilainya t-hitung = $4,618 > t\text{-tabel} = 1.99125$, nilainya sig $0,000 < 0,05$ sedangkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti menunjukkan H_1 secara parsial bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
- Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y)** Hasilnya ujinya T parsial konstruk Kualitas Pelayanan membuktikan nilainya t-hitung = $10,919 > t\text{-tabel} = 1.99125$ dan nilainya sig $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga membuktikan H_2 secara parsial menyebutkan ada pengaruh positif pada Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Uji F (Simultan)

Tabel 4. Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	604.471	2	302.236	134.198	.000^b
	Residual	173.416	77	2.252		
	Total	777.887	79			

a. Dependent Variable: TOTAL_KPN_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_KPL_X2, TOTAL_KP_X1

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Terkait tabelnya di atas mampu mengetahui bila memperoleh nilai F hitung besarnya $134,198 > 3.12$ (F tabel) dan nilainya $\text{sig. } 0.000 < 0.05$ (α) ataupun nilainya $\text{sig} < 0.05$. Dan H_0 ditolak atau H_3 diterima, secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Keputusan Pembelian.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel 5. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 ^a	.777	.771	1.501

a. Predictors: (Constant), TOTAL_KPL_X2, TOTAL_KP_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_KPN_Y

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Dengan adjusted R square, maka $r^2 = 0,771 \rightarrow 0,771 \times 100\% = 77,1\%$ artinya hasil penelitian diperoleh secara keseluruhan variabel x terhadap variabel y, namun sisanya $= 100 - 77,1 = 22,9\%$ karena kemungkinan ada dipengaruhi oleh faktor lainnya. Sehingga sebagai kesimpulan akhir penelitian tersebut, dimana semua indikator variabel bebas terhadap variabel dependen memberikan kontribusi pengaruh dengan hasilnya 77,1% dan sisanya 22,9% kontribusi variabel lainnya yang tidak diamati penelitiannya.

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Terkait temuan penelitiannya, variabelnya Kualitas Produk, hasilnya pengujian T parsial membuktikan bahwa nilainya $t\text{-hitung} = 4,618 > t\text{-tabel} = 1.99125$, nilainya $\text{sig } 0,000 < 0,05$ sedangkan H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini berarti menunjukkan H_1 secara parsial

bahwa adanya pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini terbukti bahwa penampilan produk Kesegaran dan kebersihan Sambal Dadakan Bang Jali layak disajikan oleh Konsumen.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasilnya ujinya T parsial konstruk Kualitas Pelayanan membuktikan nilainya t-hitung $= 10,919 > t\text{-tabel} = 1.99125$ dan nilainya sig $0,000 < 0,05$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Sehingga membuktikan H_2 secara parsial menyebutkan ada pengaruh positif pada Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Hal ini dapat dilihat dari bentuk desain interior di Sambal Dadakan Bang Jali sangat menarik bagi konsumen.

Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Terkait tabelnya di atas mampu mengetahui bila memperoleh nilai F hitung besarnya $134,198 > 3.12$ (F tabel) dan nilainya sig. $0.000 < 0.05$ (α) ataupun nilainya sig < 0.05 . Dan H_0 ditolak atau H_3 diterima, secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh pada Keputusan Pembelian. Hal tersebut mampu dilihat dari kemauan konsumen untuk membeli produk mempunyai dorongan minat untuk segera membeli produk Sambal Dadakan Bang Jali tersebut.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Terkait hasilnya dan bahasannya pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi, maka dapat diuraikan kesimpulannya diantaranya:

1. Hasilnya uji parsial variabelnya Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
2. Hasilnya ujinya parsial variabelnya Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.
3. Hasilnya pengujian secara bersamaan variabelnya Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

Saran

Pada hasil kesimpulan di atas, sehingga bisa memberikan masukan atau saran- saran terhadap usaha Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi berkaitan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian, diantaranya.

1. Bagi Penulis

Diharapkannya menambahkan variabel lain yang tidak diteliti pada penelitiannya tersebut, tetapi masih berkaitan dengan keputusan pembelian dan menambah variabel tidak diamati penelitiannya seperti harga, citra merek, promosi serta dapat menambah wawasan atau keilmuan dalam penggunaan ke dunia praktek marketing management khususnya Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.

2. Bagi Universitas

Berguna membagikan informasi pada pihak lainnya agar melaksanakan penelitian lanjutan dan bisa menambah kepustakaan menjadi bahan – bahan informasi perbandingan dengan studi lainnya, sebagai bentuk wujudnya Universitas Bhayangkara Jakarta Raya umumnya Fakultas Ekonomi khusus Prodi Manajemen.

3. Bagi Perusahaan

Menjadi bahan-bahan informasinya dan saran untuk Usaha Sambal Dadakan Bang Jali di Kota Bekasi terutama bidang UKM tersebut, yaitu:

- a. Menyediakan jenis varian rasa sambal dengan selera yang berbeda berdasarkan usia pelanggan yaitu sambal pedas manis untuk anak-anak dan sambal pedas asli untuk dewasa.
- b. Fokus melengkapi terhadap sarana dan prasarana yang belum ada seperti mushola, dan menambah toilet umum berdasarkan jenis kelamin (pria dan wanita) serta menambahkan taman bermain kanak-kanak di lingkungan usaha sambal dadakan bang jali baik indoor atau outdoor.
- c. Membuat kemasan produk sambal dadakan bang jali sesuai kebutuhan konsumen dan tempatnya bersifat reusable, serta dikategorikan kemasan produk seperti kalangan remaja bersifat milenial, unik dan kreatif, warna kemasan lebih terang dan untuk kalangan dewasa warna kemasan produk lebih gelap.

DAFTAR REFERENSI

- Arfah, Y., Nasution, B., & Siregar, R. J. (2022). Keputusan Pembelian Produk. PT Inovasi Pratama Internasional.
<https://books.google.co.id/books?id=nTxIEAAQBAJ>
- Budi, P. V. D. S., & Yasa, N. N. K. (2023). Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan, Dan Niat Beli Ulang: Konsep Dan Aplikasi Pada Studi Kasus. Media Pustaka Indo.
<https://books.google.co.id/books?id=09izEAAQBAJ>
- Chelintia, A., Sari, M., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Di Shopeefood. 2(September), 2610–2627.
- Daulay, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Ayam Penyet Surabaya Jl. Dr. Mansyur Medan).
- Dharmanto, A. & I. D. (2018). Implementasi Strategi Promosi Dan Digital Marketing Melalui Instagram Dalam Keputusan Pembelian Produk Sepatu Olahraga Saat Pandemi Covid 19 Di Ifootball Store Kota Bekasi. Dynamics of Asymmetric Conflict, 11(1), 1–14.
- Dita Puspita Sari, O. K. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Ayam Goreng Nelongso Nginden Semolo Surabaya. 461–468.
- Dr. Hj. Dewi Indriani Jusuf, S. E. M. S. (2021). Perilaku Konsumen di Masa Bisnis Online. Penerbit Andi. <https://books.google.co.id/books?id=v7Z-DwAAQBAJ>
- Martani, Utami, B., & Fauziah, T. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan. 65–74.
- Rizki, M., Fatih, I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Kedai Kopi Kawula Muda Bekasi Timur. 2, 2756–2774.
- Sudiantini, D., Meutia, K. I., Narpati, B., & Saputra, F. (2023). Hubungan Kualitas Pelayanan, Citra Sekolah, Loyalitas Siswa Dan Keputusan Memilih Sekolah. Jurnal Jempper, 2(1), 404–408.
- Sujarweni. (2019). Metodologi penelitian bisnis dan ekonomi (pendekatan kuantitatif).
- Syamsiyah, A. N., & Winarso, W. (2023). Citra merek, ulasan konsumen, dan kualitas produk terhadap minat beli celana jeans jiniso.id pada generasi z di bekasi. 19(1), 54–62.
- Yulina Astuti, Faisal Hamdani, M. Z. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Rumah Makan Ayam Penyet Cabe Ijo Kota Langsa. 5(1), 1–14.