

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

<http://eprints.ust.ac.id>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Simanjuntak, Lilis Desmawar

2025

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Akhir Tahun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/748>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AKHIR TENUN
ULOS PADA GALERI DAME ULOS TARUTUNG**

PROPOSAL

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi



Oleh:
LILIS DESMAWAR SIMANJUNTAK
NPM : 210110122

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AKHIR TENUN
ULOS PADA GALERI DAME ULOS TARUTUNG**

LILIS DESMAWAR SIMANJUNTAK
NIM : 210110122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

Medan, 23 Juni 2025

Disahkan Oleh
Ketua Program Studi

Disetujui Dosen
Pembimbing

Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M
NIDN : 0108108002

Dr. Donalson Silalahi
NIDN : 0128026201

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN LOKASI
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AKHIR TENUN
ULOS PADA GALERI DAME ULOS TARUTUNG**

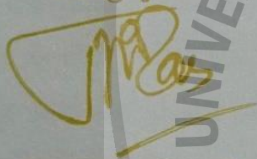
LILIS DESMAWAR SIMANJUNTAK

NIM : 210110122

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

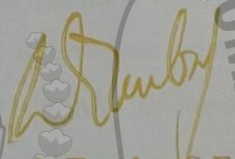
Medan, 23 Juni 2025

Penguji I



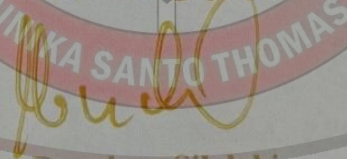
Dra. Roslinda Sagala, M.Si
NIDN: 0128106501

Penguji II



Darwis Tamba, S.E., M.Si
NIDN : 0103056601

Ketua Penguji



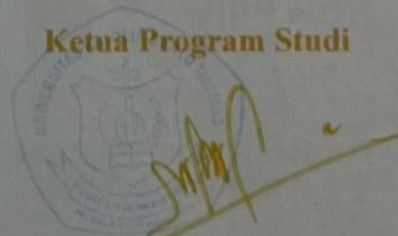
Dr. Donalson Silalahi
NIDN : 0128026201

**Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



Dr. Kornel Munthe
NIDN : 0130096702

Ketua Program Studi



Dr. Miska Irani Br Tarigan, S.Sos., M.M.
NIDN : 0108108002

ABSTRAK

LILIS DESMAWAR SIMANJUNTAK 210110122, PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AKHIR TENUN ULOS PADA GALERI DAME ULOS TARUTUNG.

Pembimbing: Dr. Donalson Silalahi

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Akhir Tenun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung. Data ini diperoleh melalui survei penyebaran kuesioner yang diberikan pada 96 (sembilan puluh enam) orang konsumen akhir yang langsung membeli ke Galeri Dame Ulos. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan bantuan *software* SPSS 25. Metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode analisis kuantitatif. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 25 diketahui $Y = 29,801 + 0,675X_1 - 0,451X_2 - 0,366X_3 + e$. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Akhir, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} 9,750 > t_{tabel} 1,673$. Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Akhir, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} -6.072 > t_{tabel} 1,673$. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Konsumen Akhir, dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$ dan $t_{hitung} -4.863 > t_{tabel} 1,673$. Nilai koefisien determinasi (R^2) = 53,9% menunjukkan besarnya pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Lokasi terhadap Minat Beli Konsumen Akhir, sedangkan 46,1% lagi dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini. Dari hasil uji F diketahui bahwa F_{hitung} sebesar 35,784 $> F_{tabel}$ sebesar 3,10 sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya secara simultan variabel Kualitas Produk, Harga dan Lokasi berpengaruh terhadap Minat Beli Konsumen Akhir Tenun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Harga, Lokasi, dan Minat Beli Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine and explain the effect of Product Quality, Price, and Location on Miant Buy Ulos Weaving End Consumers at Dame Ulos Gallery Tarutung. This data was obtained through a questionnaire distribution survey given to 96 (ninety-six) end consumers who directly bought into the Dame Ulos Gallery. The sampling technique used is multiple libnear regression with the help of SPSS 25 software. The research method used in this research is quantitative analysis method. Based on the results of the analysis using the help of SPSS 25 software, it is known that $Y = 29.801 + 0.675X1 - 0.451X2 - 0.366X3 + e$. Product Quality has a significant effect on End Consumer Purchase Interest, with a significant level of $0.000 < 0.05$ and tcount $9.750 > t$ table 1.673 . Price has a significant effect on Final Consumer Purchase Interest, with a significant level of $0.000 < 0.05$ and tcount $-6,072 > t$ table 1.673 . Location has a significant effect on Final Consumer Purchase Intention, with a significant level of $0.000 < 0.05$ and tcount $-4.863 > t$ table 1.673 . The coefficient of determination (R^2) = 53.9% shows the influence of Product Quality, Price, and Location on Final Consumer Purchase Interest, while 46.1% is influenced by other factors not included in this study. From the results of the F test it is known that Fcount of $35.784 > F$ table of 3.10 so that H_0 is rejected and H_1 is accepted, meaning that simultaneously the variables of Product Quality, Price and Location affect the Buying Interest of Ulos Weaving End Consumers at Dame Ulos Tarutung Gallery.

Keywords: *Product Quality, Price, Location, and Consumer Purchase Interest*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN AKHIR TENUN ULOS PADA GALERI DAME ULOS TARUTUNG”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung berupa moral maupun material. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak **Prof. Dr. Maidin Gultom, SH., M.Hum**, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
2. Bapak **Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si**, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
3. Ibu **Dr. Miska Irani Tarigan, S.Sos., MM**, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.
4. Ibu **Esli Silalahi, S.E., M.Si** selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan.

5. Bapak **Dr. Donalson Silalahi**, selaku dosen pembimbinga penulis yang telah meluangkan waktu, memberikan dukungan dan bimbingan selama penulisan skripsi ini.
6. Bapak **Dra. Roslinda Sagala, M.Si**, selaku dosen penguji pertama sekaligus dosen pembimbing akademik yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini serta telah memberikan arahan dan dukungan dari awal perkuliahan hingga akhir.
7. Bapak **Darwis Tamba, S.E., M.Si**, selaku dosen penguji kedua yang telah memberikan saran, masukan dan dukungan dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas Medan yang telah memberikan pengetahuan dan pendidikan kepada penulis.
9. Pihak Galeri Dame Ulos yang telah memberikan izin dan membantu melakukan pengambilan data yang berhubungan dengan skripsi ini.
10. Teristimewa kepada orang tua penulis, Bapak Nimrot Simanjuntak dan Ibu Relisma Simatupang yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang tulus kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Teristimewa kepada saudara kandung penulis, Ferywan Ricardo Simanjuntak, Herman Erikson Simanjuntak, Erwin Trinobel Simanjuntak, Rolan Marnasib Simanjuntak dan Ronal Jeksen Simanjuntak (+) yang selalu menjadi semangat, memberikan kasih sayang kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

12. Terimakasih kepada Kakak Ipar penulis, Doris Tampubolon, Erista Lastris Sihombing dan May Farida Sagala yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Terimakasih kepada saudara sepupu penulis, Dian Simanjuntak dan Sri Agustina Sianturi yang selalu memberikan dukungan, semangat dan motivasi kepada penulis.
14. Terimakasih kepada pemilik NPM 210110108 yang telah memberikan semangat, motivasi, dukungan dan kasih sayang kepada penulis sebelum dimulainya penulisan skripsi hingga penyelesaian skripsi ini.
15. Terimakasih kepada sahabat penulis, Pesta JM Siahaan dan Tarida Wasti Hutabarat yang selalu menjadi sumber tawa dan semangat penulis, memberikan motivasi, dukungan dan yang selalu memberikan doa bagi penulis.
16. Terimakasih kepada semua teman dan sahabat penulis yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, terimakasih atas waktu yang diluangkan, doa, dukungan dan canda tawa yang diberikan kepada penulis.
17. Terakhir, terima kasih untuk diri saya sendiri Lilis Desmawar Simanjuntak yang sudah bertahan sejauh ini, sudah memilih untuk terus belajar, tidak menyerah meski lelah, dan tetap melangkah meski perlahan. Terima kasih karena telah menjadi kuat, sabar, dan tetap percaya bahwa segala usaha akan membuahkan hasil.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Untuk itu penulis dengan senang hati menerima segala kritik dan

saran dari seluruh pihak guna penyempurnaan skripsi ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih dan mengharapkan agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca, terutama bagi penulis. Tuhan Yesus Memberkati.

Medan, 25 Juni 2025

Penulis



LILIS DESMAWAR SIMANJUNTAK
210110122

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Tujuan Penelitian	13
1.4.2 Manfaat Penelitian	13
BAB II KAJIAN TEORI	15
2.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.2 Konsep Pemasaran.....	16
2.3 Tujuan Pemasaran.....	17
2.4 Pengertian Perilaku Konsumen	18
2.5 Minat Beli Konsumen.....	19
2.5.1 Pengertian Minat Beli Konsumen.....	19
2.5.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen.	19
2.5.3 Jenis Dan Tingkatan Minat Beli.....	24
2.5.3.1 Jenis-Jenis Minat Beli	24
2.5.3.2 Tingkatan Minat Beli.....	24
2.5.4 Indikator Minat Beli.....	27
2.6 Kualitas Produk	30
2.6.1 Pengertian Kualitas Produk	30
2.6.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk	31

2.6.3 Indikator Kualitas Produk	33
2.7 Harga.....	35
2.7.1 Pengertian Harga.....	35
2.7.2 Tujuan Penetapan Harga.....	36
2.7.3 Indikator Harga.....	38
2.8 Lokasi	40
2.8.1 Pengertian Lokasi.....	40
2.8.2 Tujuan Pemilihan Lokasi.....	41
2.8.3 Indikator Lokasi.....	42
2.9 Kerangka Berpikir	44
2.10 Hipotesis	47
BAB III METODE PENELITIAN.....	48
3.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	48
3.2 Populasi Dan Sampel.....	48
3.2.1 Populasi	48
3.2.2 Sampel.....	48
3.3 Operasionalisasi Variabel.....	49
3.4 Skala Pengukuran Variabel	51
3.5 Teknik Pengumpulan Data	51
3.5.1 Data Primer.....	52
3.5.2 Data Sekunder.....	52
3.6 Teknik Analisis Data.....	53
3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas	54
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	54
3.6.4 Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
3.7 Uji Hipotesis.....	58
3.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	59
3.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	60
3.8 Koefisien Determinasi (R ²)	61

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	62
4.1.1 Sejarah Singkat Galeri Dame Ulos	62
4.1.2 Visi Dan Misi Galeri Dame Ulos	65
4.2 Karakteristik Responden.....	66
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.3 Tanggapan Responden	68
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk.....	68
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Harga	73
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Lokasi.....	76
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Minat Beli Konsumen	79
4.4 Hasil Penelitian	82
4.4.1 Hasil Uji Validitas Dan Realibilitas	82
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan	88
4.5 Uji Asumsi Klasik.....	90
4.5.1. Uji Normalitas.....	91
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	92
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	94
4.5.4 Uji Autokorelasi.....	95
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda	95
4.7 Uji Hipotesis.....	97
4.7.1 Pengujian Secara Parsial (Uji-t).....	97
4.7.2 Pengujian Secara Simultan (Uji F)	98
4.8 Pengujian Determinasi (R^2)	99
4.9 Pembahasan.....	100
4.9.1 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Akhir Tenun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung	100
4.9.2 Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Akhir Tenun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung	102

4.9.3 Pengaruh Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Akhir	
Tenun Ulos Pada Galeri Dame Ulos Tarutung	104
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	107
5.1 Kesimpulan	107
5.2 Saran	109
DAFTAR PUSTAKA	111



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Harga Jual Tenun Ulos Galeri Dame Ulos Tarutung Tahun 2024	6
1.2	Data Penjualan Tenun Ulos Dame Ulos Tarutung Tahun 2022-2024	9
3.1	Operasionalisasi Variabel	50
3.2	Skala Likert	51
3.3	Nilai Koefisien Determinasi	61
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin	66
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
4.4	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk	68
4.5	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Harga	73
4.6	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Lokasi	76
4.7	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Minat Beli	79
4.8	Case Processing Summary	82
4.9	Reliability Statistics	83
4.10	Item – Total Statistics	83
4.11	Case Processing Summary	84
4.12	Reliability Statistics	84
4.13	Item – Total Statistics	85
4.14	Case Processing Summary	85
4.15	Reliability Statistics	86
4.16	Item – Total Statistics	86
4.17	Case Processing Summary	87
4.18	Reliability Statistics	87
4.19	Item – Total Statistics	88
4.20	Case Processing Summary	88
4.21	Reliability Statistics	89
4.22	Item – Total Statistics	89
4.23	Uji Multikolinieritas	93
4.24	Hasil Uji Autokorelasi	95
4.25	Hasil Analisis Linear Berganda	96
4.26	Hasil Uji t	97
4.27	Hasil uji F	99
4.28	Hasil Koefisien Determinasi	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama Gambar	Halaman
1.1	Proses Pewarnaan Benang	5
2.1	Kerangka Berpikir	44
4.1	Galeri Dame Ulos	64
4.2	Logo Galeri Dame Ulos	65
4.3	Hasil Uji Normalitas (Grafik Histogram)	91
4.4	Hasil Uji Normalitas (Grafik P-Plot)	92
4.5	Uji Heteroskedastisitas	94



3. Lokasi

Sebaiknya jika Galeri Dame ulos ingin meningkatkan Minat Beli Konsumen Akhir harus mengoptimalkan lokasi agar lebih dekat dengan konsumen. Hal ini juga dapat dilakukan dengan menggunakan *e-commerce* untuk mempermudah proses pembelian, dan memperkuat citra merk sehingga konsumen yakin untuk membeli produk.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Amirullah. (2021). *Prinsip-prinsip manajemen pemasaran*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2021), *Manajemen Pemasaran*, Jilid I. Edisi Ke 16, Jakarta: Pearson Education Limited.
- Laksana, M. F. (2019). *Praktis memahami manajemen pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mardia, at al. (2021). *Sistem informasi akuntansi dan bisnis*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Nagle, T. T., Hogan, J. E., & Zale, J. (2016). *The strategy and tactics of pricing: A guide to growing more profitably* (6th ed.). New York: Routledge.
- Sarjono, H., & Wulandari, A.D. (2021). *Metode penelitian untuk ekonomi dan bisnis: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif*. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behaviour*. 12th Edition, (Perilaku Konsumen). Jakarta: PT. Indeks.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Ed. ke-10). Bandung: Alfabeta.
- Sukirno, S. (2006). *Pengantar teori mikroekonomi* (Edisi Ketiga). Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Sunyoto, D. (2019). *Dasar-dasar manajemen pemasaran: konsep, strategi, dan kasus*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi pemasaran* (5th ed.). Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran: Esensi dan Aplikasi dalam Perspektif Kontemporer*. Yogyakarta: Andi.
- Tonce, Y., & Rangga, Y. D. P. (2022). *Minat dan keputusan pembelian: Tinjauan melalui persepsi harga & kualitas produk*. Indramayu: Penerbit Adab.

Whardana, A. (2024). *Consumer behavior in the digital era 4.0 –edisi indonesia*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

Jurnal

Arif, A. Z. (2017). *Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Pabean Surabaya*. Jurnal Ekonomi-Email: achmad. zarif@ gmail. com.

Desiani, I. F. (2022). *Simbol Dalam Kain Ulos Pada Suku Batak Toba*. Jurnal Ilmu Budaya, 18(2), 127-137.

Dewi, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Handphoneterhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Pinem Ponsel Tanjung Langkat*. Jurnal anajemen Dan Bisnis, 2(2), 43.

Haryadi, T. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Powder Drink Pada Jakarta Powder Supply (JPS) Cabang Banyuwangi*. Jurnal Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS), 3(2), 235-238.

Harsanto, B. (2022). *Manajemen Operasional: Strategi dalam Pemilihan Lokasi Usaha*. Jakarta: Penerbit XYZ.

Kinasih, A. S., Pertiwi, D., Sadikin, A., & Sanjaya, V. F. (2023). *Pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap minat beli mahasiswa UIN RIL (Studi pada komponen Es Teh Indonesia ‘Sukarame, Bandar Lampung’)*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(2), 190

Nainggolan, N. P., & Heryenzus. (2018). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Dalam Membeli Rumah Di Kota Batam*. Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis, 19(1), 41-54.

Nazara, F., & Yunita, I. (2022). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen (Studi pada Konsumen Platform TikTok Shop)*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 3(2), 123-134.

Ningsih, F. A. (2020). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat Terhadap Produk Kosmetik Wardah Pada Masyarakat 38B Banjarrejo* (Doctoral dissertation, IAIN Metro).

Poluasn, G.L., Ogi, I.W.J., & Loindong, S.S.R. (2024). *Pengaruh Ewom, Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Di Net Coffe N Resto*. Jurnal EMBA, 12(3), 1544-1554.

- Porter, M.E., & Heppelmann, J.E. (2014). *How smart, connected products are transforming competition*. Harvard Business Review, 92(11), 64-88.
- Qhistina. (2020). *Pengaruh penetapan merek dan harga terhadap minat beli konsumen*. Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Perbankan (JEMP), 4(2).
- Rahayu, P., & Supono, J. (2020). *Analisis pengendalian kualitas produk menggunakan metode statistical quality control (SQC) di plant D divisi curing PT.Gajah Tunggal, Tbk*. Jurnal Teknik, 9(1), 81-91.
- Sari, B.D.S. (2020). *Pengaruh lokasi dan harga terhadap minat beli konsumen pada perumahan PT. Varindo Lombok Inti*. Universitas Muhammadiyah Mataram.
- Satria, A.A. (2017). *Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Perusahaan A-36*. Jurnal Manajemen dan Star-up Bisnis, 2(1), 45-53.
- Tsaniya, R., & Telagawathi, N. L. W. S. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Konsumen di Kedai Kopi Nau Kecamatan Seririt*. Jurnal Manajemen Perhotelan dan Pariwisata, 5(1), 32-39. Universitas Pendidikan Ganesha.