

Universitas Katolik Santo Thomas

Repositori Unika Santo Thomas

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

Fakultas Ekonomi dan Bisnis (FEB)
Program Studi Manajemen

Undergraduate Papers

Ginting, Hana Cantika

2025

Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Siantar Top Tbk Medan

<http://eprints.ust.ac.id/id/eprint/663>

Downloaded from Repositori Institusi UST, Universitas Katolik Santo Thomas

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA
PT. SIANTAR TOP Tbk MEDAN**

SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



OLEH:

HANA CANTIKA GINTING

NPM: 210110087

**MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK SANTO THOMAS
MEDAN
2025**

PERSETUJUAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT. SIANTAR TOP Tbk MEDAN**

HANA CANTIKA GINTING

210110087



**Disahkan Oleh
Ketua Program Studi**

Dr. Miska Irani Tarigan, S.SOS., M.M
NIDN : 0108108002

**Disetujui Oleh
Pembimbing**

Darwis Tamba, SE., M.Si
NIDN: 0103056601

PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
PADA PT. SIANTAR TOP Tbk MEDAN**

HANA CANTIKA GINTING

210110087

PROGRAM STUDI MANAJEMEN SI

Medan, 12 November 2025



Penguji I

Penguji II

Peran Simanuhuruk, SE., M.Si
NIDN : 0109016601

Ayq Teresia Hutauruk, S.M., M.M
NIDN : 0114066501

Ketua Program Studi

Darwis Tamba, SE., M.Si
NIDN: 0103056601

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Ketua Program Studi

Dr. Kornel Munthe, S.E., M.Si
NIDN: 0130096702

Dr. Miska Irani Tarigan, S.SOS., M.M
NIDN: 0108108002

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Cantika Ginting

NPM : 210110087

Departemen : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Jenjang Program : Strata Satu (S1)

Judul Skripsi : Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Siantar Top Tbk Medan

Menyatakan bahwa yang tertulis di dalam skripsi ini benar-benar hasil karya saya sendiri, bukan plagiat, baik sebagian atau seluruhnya. Pendapat atau temuan orang lain yang terdapat dalam skripsi ini dikutip atau dirujuk berdasarkan kode etik penelitian ilmiah.

Apabila kemudian hari terbukti skripsi ini adalah hasil plagiat dari karya tulis orang lain, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Medan, 12 November 2025

Peneliti,

Hana Cantika Ginting

NPM: 210110087

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. Identitas

1. Nama : Hana Cantika Ginting
2. Jenis Kelamin : Perempuan
3. Tempat Tanggal Lahir : Jakarta, 21 Juli 2003
4. Agama : Islam
5. Nama Ayah : Mulianta Ginting
6. Nama Ibu : Yeyen Rosalinah
7. Alamat Orangtua : Desa Kuta Tualah
8. Alamat Penulis : Desa Kuta Tualah
9. Nomor Hp : 08388690341

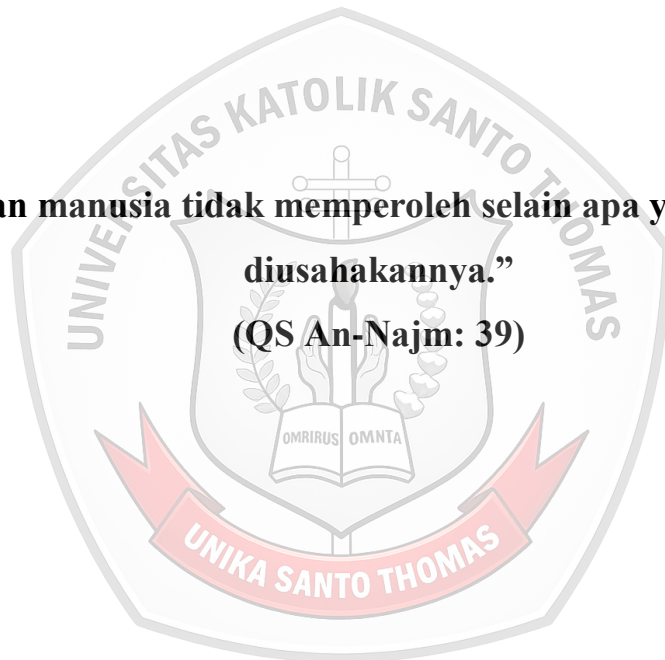
II. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Sidorejo : 2015
2. SMP RK Fransiskus Xaverius : 2018
3. SMA Swasta RK Delimurni Delitua : 2021
4. Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Katolik Santo Thomas Medan Tahun 2025

MOTTO

Perjalanan ini tidak selalu mudah, tetapi setiap langkah yang diambil adalah bagian dari proses untuk menjadi lebih baik. Dan aku percaya pada proses, karena Allah menjanjikan bahwa manusia akan mendapat dari apa yang ia perjuangkan.

**“Dan manusia tidak memperoleh selain apa yang telah diusahakannya.”
(QS An-Najm: 39)**



ABSTRAK

HANA CANTIKA GINTING (210110087), 2025. “PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT. SIANTAR TOP TBK MEDAN.”

Pembimbing: Darwis Tamba, SE, MSi

Skripsi ini membahas bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan cita rasa terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT Siantar Top Tbk Medan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel adalah *accidental sampling* dengan menggunakan rumus *Lemeshow* melalui kuisioner yang disebarakan kepada seluruh konsumen PT Siantar Top Tbk Medan yang berjumlah 96 orang. Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 25 *for windows*. Hasil dari penelitian ini merumuskan bahwa persamaan regresi linear berganda adalah $Y = 0,258 + 0,369X_1 + 0,414X_2 + 0,219X_3 + e_i$. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga (X1), kualitas produk (X2) dan cita rasa (X3) berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen. Uji F yang dilakukan menunjukkan harga, kualitas produk dan cita rasa secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Nilai koefisien determinasi (R²) menunjukkan bahwa harga, kualitas produk dan cita rasa mampu menjelaskan variabel terikat sebesar 63,3% sedangkan 36,7% lagi dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam cakupan penelitian ini

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Cita Rasa, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

HANA CANTIKA GINTING (210110087), 2025. "THE INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND TASTE ON CONSUMER PURCHASE DECISIONS AT PT SIANTAR TOP TBK MEDAN."

Advisor: Darwis Tamba, SE, M.Si.

This thesis discusses how the influence of price, product quality, and taste on consumer purchase decisions at PT Siantar Top Tbk Medan. The research employs a quantitative approach with an accidental sampling technique using the Lemeshow formula. Data were collected through questionnaires distributed to 96 consumers of PT Siantar Top Tbk Medan. The analytical techniques used in this study include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, and hypothesis testing. Data processing was conducted using SPSS Version 25 for Windows. The results of the study show that the multiple linear regression equation is: $Y = 0.258 + 0.369X_1 + 0.414X_2 + 0.219X_3 + e_i$. The findings indicate that price (X_1), product quality (X_2), and taste (X_3) have a positive and significant partial effect on consumer purchase decisions. Furthermore, the F-test results demonstrate that price, product quality, and taste simultaneously exert a positive and significant influence on purchase decisions. The coefficient of determination (R^2) indicates that these three variables are able to explain 63.3% of the variation in the dependent variable, while the remaining 36.7% is influenced by other factors not examined in this study.

Keywords: Price, Product Quality, Taste, Purchase Decision

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan anugrahnya-Nya yang senantiasa menuntun sepanjang waktu sehingga di dalam kasih penyertaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN CITA RASA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PT SIANTAR TOP TBK MEDAN.”** Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat dalam mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen S1, Fakultas Ekonomi, 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 ataupun material. Penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan, serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasi kepada:

1. Bapak Prof. Dr Maidin Gultom SH, M.hum, selaku Rektor Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
2. Bapak Dr. Kornel Munthe, SE., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
3. Ibu Dr. Miska Irani Tarigan, selaku Ketua Program Studi Manajemen S1 Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.
4. Ibu Esli Silalahi SE., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen S1 Universitas Katolik Santo Thomas Sumatera Utara Medan.

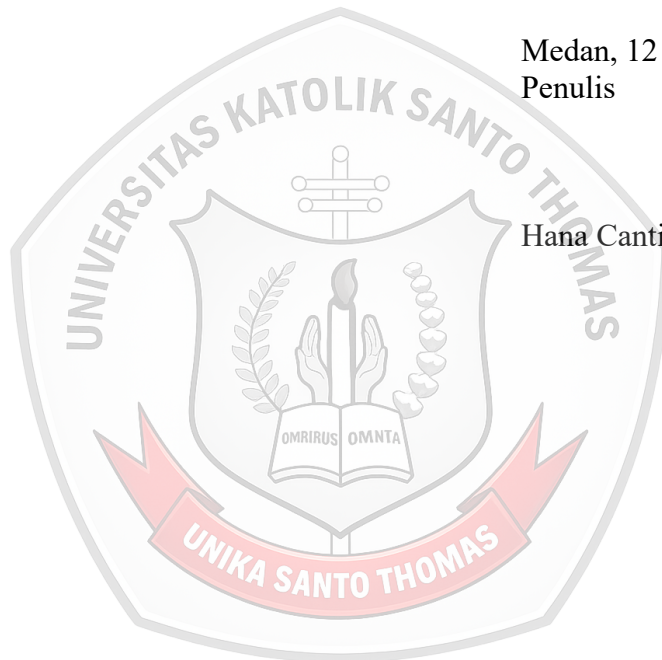
5. Bapak Darwis Tamba SE.,M.Si, selaku Dosen pembimbing yang telah banyak memberikan arahan, masukan, dan meluangkan waktu kepada penulis dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Peran Simanihuruk SE.,M.Si dan Ibu Ayu Theresia Hutauruk SE., M.Si selaku Dosen penguji saya yang sudah banyak memberikan arahan, masukan serta dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh dosen dan pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Santo Thomas yang telah banyak memberikan pengajaran dan pengetahuan kepada penulis.
8. Teristimewa kepada kedua orang tua penulis, Bapak Mulianta Ginting dan Ibu Yeyen Rosalinah tercinta atas segala doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material yang tiada henti diberikan. Setiap nasihat, pengorbanan, dan dorongan semangat dari Papa dan Mama menjadi sumber kekuatan utama bagi penulis untuk tetap berjuang hingga tahap ini. Tanpa doa dan restu mereka, penulis tidak akan mampu mencapai titik ini.
9. Kepada Abang penulis Kusuma Wardana Ginting dan Adik Perempuan penulis Aglow Ginting yang telah memberikan semangat dan menghibur penulis untuk menyelesaikan skripsi ini
10. Kepada teman-teman semasa kuliah sejak awal hingga akhir semester, Veronika Ambarita, Ruth Simbolon, Ria Natalia Siregar dan Putri Theresia. Terima kasih atas dukungan, bantuan dan keceriaan selama masa perkuliahan ini.
11. Kepada yang tidak kalah penting kehadirannya Teguh Permana dan Melin Terimakasih banyak sudah menemani sejak tahun 2023 sampai penulis dapat

menyelesaikan studinya hingga Sarjana, terimakasih telah menjadi tempat berbagi suka dan duka, pemberi dukungan dan penyemangat, perhatian dan kasih sayang.

Penulis menyadari penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu, saran serta kritik yang membangun sangat penulis harapkan. Semoga karya akhir dapat bermanfaat bagi kita semua yang membaca ini.

Medan, 12 November 2025
Penulis

Hana Cantika Ginting



DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Tujuan Penelitian	13
1.5 Manfaat Penelitian	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Pemasaran	15
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	15
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	16
2.1.3 Bauran Pemasaran	17
2.2 Harga.....	18
2.2.1 Pengertian Harga.....	18
2.2.2 Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	19
2.2.3 Indikator Harga	21
2.3 Kualitas Produk.....	22
2.3.1 Pengertian Kualitas Produk.....	22
2.3.2 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk.....	24

2.3.3	Indikator Kualitas Produk	26
2.4	Cita Rasa.....	29
2.4.1	Pengertian Cita Rasa	29
2.4.2	Faktor Faktor yang Mempengaruhi Cita Rasa	30
2.4.3	Indikator Cita Rasa.....	30
2.5	Keputusan Pembelian.....	32
2.5.1	Pengertian Keputusan Pembelian.....	32
2.5.2	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian	33
2.5.3	Tahapan Proses Pengambilan Keputusan	35
2.5.4	Peran Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan.....	36
2.5.5	Indikator Keputusan Pembelian	37
2.6	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	39
2.6.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	39
2.6.2	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	40
2.6.3	Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian	41
2.6.4	Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.....	42
2.7	Kerangka Berpikir.....	43
2.8	Hipotesis.....	44
BAB III	METODEOLOGI PENELITIAN.....	46
3.1	Ruang Lingkup Penelitian.....	46
3.2	Populasi Dan Sampel	46
3.2.1	Populasi.....	46

3.2.2	Sampel.....	46
3.3	Operational Variabel	47
3.4	Skala Pengukuran Variabel.....	49
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.6	Teknik Analisis Data.....	50
3.6.1	Uji Validitas	50
3.6.2	Uji Reliabilitas	51
3.7	Uji Asumsi Klasik.....	51
3.7.1	Uji Normalitas.....	52
3.7.2	Uji Multikolinearitas.....	53
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas.....	53
3.8	Analisis Regresi Berganda.....	54
3.9	Uji Hipotesis	55
3.9.1	Uji t (Uji parsial).....	55
3.9.2	Uji F (Uji simultan).....	56
3.10	Koefisien determinasi.....	57
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	58
4.1.1	Sejarah Singkat PT Siantar Top Tbk Medan	58
4.1.2	Logo PT Siantar Top Tbk Medan.....	58
4.1.3	Visi Dan Misi PT Siantar Top Tbk Medan	59
4.1.4	Struktur Organisasi PT Siantar Top Tbk Medan	59
4.1.5	Uraian Tugas dan Tanggung jawab	60
4.2	Karakteristik Responden.....	62

4.3 Tanggapan Responden.....	63
4.3.1 Tanggapan Responden Tentang Harga.....	65
4.3.2 Tanggapan Responden Tentang Kualitas Produk.....	67
4.3.3 Tanggapan Responden Tentang Cita Rasa	70
4.3.4 Tanggapan Responden Tentang Harga.....	72
4.4 Hasil Penelitian.....	72
4.4.1 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Parsial.....	74
4.4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas Secara Simultan.....	78
4.5 Uji Asumsi Klasik	78
4.5.1 Uji Normalitas	80
4.5.2 Hasil Uji Multikolinearitas	82
4.5.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	83
4.6 Analisis Regresi Linear Berganda.....	83
4.7 Uji Hipotesis.....	84
4.7.1 Uji t (Parsial).....	85
4.7.2 Uji F (Simultan).....	87
4.8 Koefisien Determinasi	87
4.9 Pembahasan	88
4.9.1 Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian PT Siantar Top Tbk Medan	87
4.9.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Siantar Top Tbk Medan.....	89
4.9.3 Pengaruh Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Siantar Top Tbk Medan	89

4.9.4 Pengaruh Harga Kualitas, Produk dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT Siantar Top	90
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	92
DAFTAR PUSTAKA	93



DAFTAR TABEL

Tabel	Nama Tabel	Halaman
1.1	Daftar Harga Produk PT Siantar Top Tbk Medan dan pesaingnya	5
1.2	Penjualan PT Siantar Top Tbk Medan 2020 - 2024	10
3.1	Indikator Variabel	48
3.2	Instrumen Skala Likert	49
4.1	Kateristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	64
4.2	Kateristik Responden Berdasarkan Umur	64
4.3	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Harga	65
4.4	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Kualitas Produk	67
4.5	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Cita Rasa	70
4.6	Jumlah dan Persentase Jawaban Responden Tentang Keputusan Pembelian	72
4.7	Case Processing Summary	74
4.8	Reliability Statistics	75
4.9	Item-Total Statistics	75
4.10	Case Processing Summary	75
4.11	Reliability Statistics	76
4.12	Item-Total Statistics	76
4.13	Case Processing Summary	76
4.14	Reliability Statistics	77
4.15	Item-Total Statistics	77
4.16	Case Processing Summary	77
4.17	Reliability Statistics	78
4.18	Item-Total Statistics	78
4.19	Case Processing Summary	78
4.20	Reliability Statistics	79
4.21	Item-Total Statistics	79
4.22	One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	82
4.23	Hasil Uji Multikolenearitas	83
4.24	Hasil Uji Analisis Linear Regresi Berganda	84
4.25	Hasil Uji t (Parsial)	86
4.26	Hasil Uji F (Simultan)	87
4.27	Hasil Koefisien Determinasi	88

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Nama gambar	Halaman
1.1	Ulasan konsumen terkait bau tengik dan bau apek	7
1.2	Ulasan konsumen terkait ketidaksesuai isi kemasan	8
1.3	Ulasan konsumen terkait kemasan yang kurang rapat	8
2.1	Kerangka Berpikir	44
4.1	Logo PT Siantar Top Tbk Medan	58
4.2	Struktur Organisasi PT Siantar Top Tbk Medan	60



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Nama Lampiran
1	Kuisisioner Penelitian
2	Tabulasi Jawaban Responden
3	Hasil Output SPSS
4	Lembar ACC Pengandaan Skripsi dan ACC Judul
5	Lembar Pengajuan Judul
6	Surat Keputusan Dekan Fakultas Ekonomi tentang Pengangkatan Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji
7	Surat Permohonan Izin Riset
8	Surat Balasan Izin Riset PT. Siantar Top Tbk Medan
9	Undangan Seminar Proposal
10	Lembar Daftar Hadir Audiens Seminar Proposal
11	Lembar Revisi Seminar
12	Surat Keterangan Bebas Pustaka
13	Undangan Meja Hijau
14	Kartu Bimbingan Skripsi



DAFTAR PUSTAKA

- Baharin, R., & Tirtajaya, A. (2024). *Fundamental marketing management*. Penerbit Andi.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing* (7th ed.). Pearson Education.
- Drummond, K. E., & Brefere, L. M. (2010). *Nutrition for foodservice and culinary professionals* (7th ed.). John Wiley & Sons.
- Ghozali, I. (2019). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gunawan, A. (2022). *Manajemen kualitas*. Penerbit Bumi Aksara.
- Hasbi, M., Salim, L., & Dewi, N. (2021). *Manajemen pemasaran modern*. Pustaka Setia.
- Hariny, I., Andriani, N., & Yusuf, M. (2023). *Strategi pemasaran produk*. Deepublish.
- Hermawan, A., Yuliana, L., & Rahman, S. (2023). *Manajemen pemasaran: Teori dan aplikasi*. Penerbit Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
- Mankiw, N. G. (2022). *Principles of economics* (9th ed.). Cengage Learning.
- Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
- Sudirman, H., Prasetyo, D., & Rahmawati, E. (2023). *Manajemen kualitas produk*. Deepublish.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

JURNAL

- Amrullah, M., Suryani, T., & Sunarti. (2017). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 50(6), 108–116.

- Bima. (2019). Pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 4(2), 1–8.
- Dita, K. (2018). Pengaruh cita rasa dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 14–19.
- Fathanul, V. (2022). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 4(1), 18.
- Haque, A. (2020). The influence of product quality and price on purchase decision: A study on jewelry industry. *Journal of Marketing Research*, 12(3), 112–121.
- Hariny, I., Andriani, N., & Yusuf, M. (2023). Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 8(1), 1–10.
- Maimunah, S., Anjani, R., & Marlina, L. (2019). Analisis pengaruh cita rasa terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Pangan dan Gizi*, 10(2), 45–53.
- Maulana, M. I. (2021). Pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk Artfresh. *Performa*, 5(1), 1–10.
- Nastiti, D. P. (2021). Faktor yang mempengaruhi cita rasa makanan. *Jurnal Teknologi Pangan*, 2(1), 13–20.
- Nuzula, M., Hairi, L., & Yudi, P. (2021). Analisis pengaruh cita rasa, word of mouth, dan promosi melalui media sosial terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis*, 16(1), 12–25.
- Rahayu, S., Sari, D. P., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh harga, cita rasa, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada coffee shop. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 10(2), 45–56.
- Safitri, D., Putri, A., & Rahmawati, F. (2021). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian skincare. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 6(1), 50–60.
- Safitri, R., & Heriyanti. (2017). Manajemen pemasaran dan perannya terhadap strategi bisnis. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(1), 6–15.
- Sari, R., & Prabowo, D. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di toko ritel. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 15(1), 22–30.
- Sriwindarti, R. (2020). Peran konsumen dalam proses pengambilan keputusan pembelian. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 4(1), 6–16.

Statista. (2024). Revenue in the snack food segment in Indonesia. *Statista*.
<https://www.statista.com/outlook/cmo/food/snack-foods/indonesia>

Yuliana, N., & Siregar, F. (2022). Pengaruh cita rasa terhadap keputusan pembelian makanan ringan pada masyarakat perkotaan. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 9(3), 210–218.

