

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MINUMAN JR TEA

Gracia Florentina Pulumbara<sup>\*1</sup>, Fitriani Latief<sup>2</sup>, Bahrul Ulum Ilham<sup>3</sup>

<sup>\*1</sup>Prodi Manajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

<sup>2</sup>ProdiManajemen, ITB Nobel Indonesia Makassar

<sup>3</sup>Prodi Sistem dan Teknologi Informasi, ITB Nobel Indonesia Makassar

e-mail: <sup>\*1</sup>[graciapulumbara21@gmail.com](mailto:graciapulumbara21@gmail.com); <sup>2</sup>[fitri@stienobel-indonesia.ac.id](mailto:fitri@stienobel-indonesia.ac.id); <sup>3</sup>[bahrul@nobel.ac.id](mailto:bahrul@nobel.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas produk dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan minuman JR Tea Pengaruh kualitas produk dan harga secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Variabel yang paling dominan mempengaruhi terhadap kepuasan pelanggan minuman JR Tea.

Sampel dalam penelitian ini adalah 50 orang yang merupakan pelanggan minuman JR Tea. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan skala likert.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas produk secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada minuman JR Tea, Kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada minuman JR Tea dan Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada minuman JR Tea yaitu harga

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Pelanggan

### Abstract

*This study aims to find out The effect of product quality and price partially on customer satisfaction of JR Tea drink, The effect of product quality and price simultaneously on customer satisfaction, and the most dominant variable influencing customer satisfaction of JR Tea.*

*The sample in this study were 50 people who were customers of JR Tea drinks. This study used multiple linear regression analysis with data collection using a questionnaire and a likert scale.*

*The results of this study show that Product quality partially has a significant effect on customer satisfaction on JR Tea drinks, Product quality and price simultaneously have a significant effect on customer satisfaction on JR Tea and The variable that has the most dominant influence on customer satisfaction with JR Tea drinks.*

**Keywords:** *Product Quality, Price, and Customer Satisfaction*

## PENDAHULUAN

Pada zaman sekarang ini banyak konsumen yang makin memperhatikan keperluan maupun keinginan. Maka dari itu, pengusaha atau perusahaan harus lebih cerdas dan selalu menerapkan perubahan yang terjadi atau berinovasi dalam membuat atau menciptakan suatu produk yang sesuai dengan minat dan selera konsumen, serta harus pandai menciptakan suatu lokasi yang dapat mempengaruhi keputusan pembeli pada sebuah produk sehingga menghasilkan kepuasan terhadap pelanggan. Biasanya pembeli memperhatikan harga terlebih dahulu dan juga lokasi, setelah itu pembeli atau konsumen memperhatikan promosi produk yang ditawarkan.

Sekarang ini banyak orang yang menyukai minuman boba. Minuman boba merupakan salah satu jenis minuman kekinian yang banyak bermunculan di tengah masyarakat Indonesia sejak beberapa tahun terakhir. Minuman boba pertama kali ditemukan pada tahun 1980 di Taiwan berupa zhen zhu naicha, atau yang dalam bahasa Indonesia berarti teh susu mutiara atau lebih dikenal dengan nama teh susu

boba /boba *milk tea/bubble tea*. Teh susu boba adalah minuman berbasis teh yang dicampur dengan rasa buah dan/atau susu, dengan tambahan topping berupa bola-bola bertekstur kenyal yang terbuat dari campuran tepung tapioka dengan brown sugar dan berwarna kehitaman yang dikenal dengan sebutan "boba", "bubble", atau "pearl". Tekstur kenyal merupakan ciri khas dari bola-bola tapioka tersebut. Sejak beberapa tahun terakhir gerai-gerai minuman boba terus bermunculan di tengah masyarakat Indonesia seiring dengan besarnya popularitas minuman tersebut, terutama di kalangan remaja dan dewasa muda (Dewi et al) dalam (Veronica & Ilmi, 2020).

Kualitas produk adalah sebuah kemampuan pada perusahaan yang memiliki fungsi seperti daya tahan, keunggulan atau keandalan, serta kemudahan dalam operasi dan perbaikan. Kualitas produk juga dapat menjadi faktor penentu pada kepuasan pelanggan dalam pembelian suatu produk. Jika suatu produk memiliki kualitas yang baik maka kebutuhan serta keinginan konsumen dapat dipenuhi (Firman, 2020).

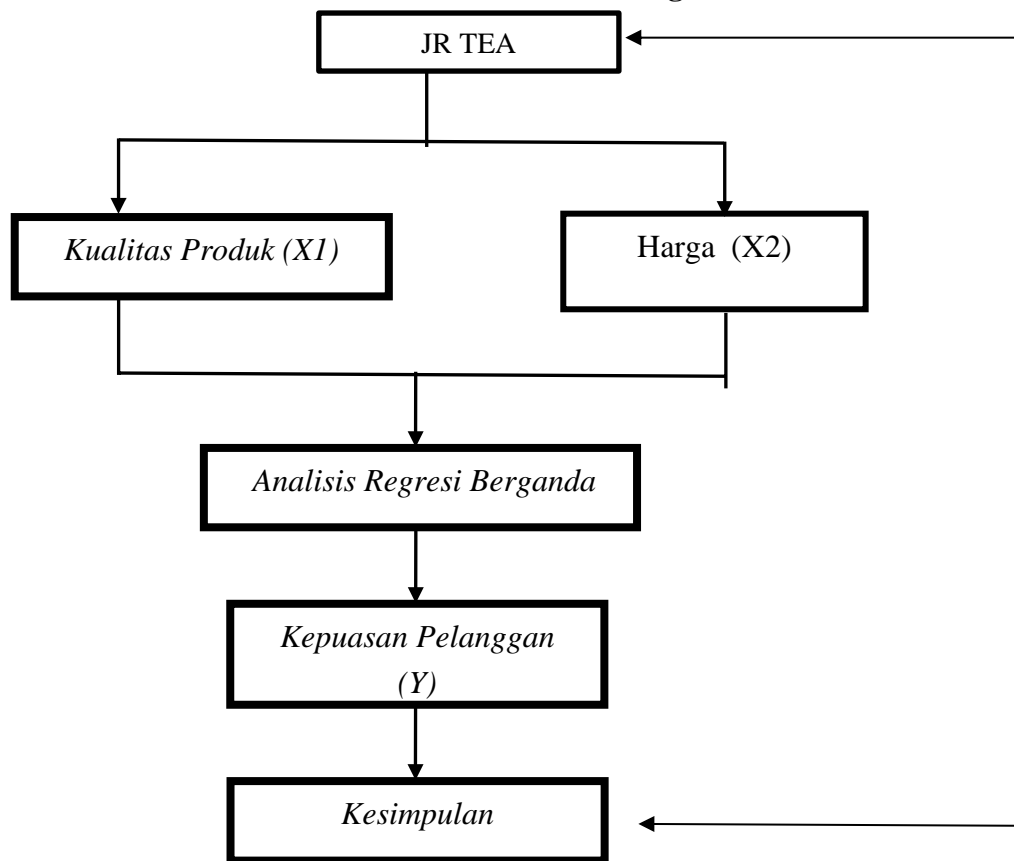
JR Tea merupakan usaha bisnis personal yang bergerak dibidang minuman yang dengan memiliki bahan dasar yaitu teh, buah dan juga susu. Saat ini JR Tea telah memiliki beberapa cabang yang berada di kota Makassar khususnya pada kelurahan Barombong. Tujuan dari bisnis ini adalah menciptakan para pelanggan dengan rasa puas dan harga yang terjangkau..

Semakin ketatnya persaingan dalam dunia bisnis, terutama dalam perusahaan yang sejenis atau sama, dapat membuat suatu perusahaan atau pelaku bisnis akan semakin dituntut untuk lebih cepat menarik perhatian dan minat pelanggan dan memaksimalkan strategi penjualan. Salah satu cara agar dapat mencapai suatu tujuan adalah dengan cara memberikan dampak positif seperti memiliki kualitas yang baik dengan harga produk yang terjangkau sehingga dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, serta mencari tahu apa keinginan dan kebutuhan konsumen pada saat ini dan memberikan rasa kepuasan kepada pelanggan agar dapat lebih selektif dan efisien dibandingkan dengan para pesaing lainnya.

Perusahaan yang menerapkan konsep pemasaran harus mengamati perilaku konsumen dalam faktor yang mempengaruhi keputusan dalam suatu usaha. Kali ini kesempatan dan peluang yang besar dari penjualan minuman teh yang dapat di kombinasikan dengan berbagai varian rasa yang baru atau dapat disebut dengan kekinian dan juga di dukung oleh beberapa sumber daya membuat produsen JR Tea semakin berkembang dan diketahui oleh banyak orang terutama kalangan muda. Jadi tidak menutup kemungkinan dalam bisnis ini terjadi persaingan bisnis bagi para pelaku usaha lainnya melalui produk tersebut. Adapun daftar menu pada minuman JR Tea

### **Kerangka Pikir**

Kerangka pikir adalah model konsep mengenai teori yang berhubungan satu sama lain terhadap beberapa faktor yang telah diidentifikasi sebagai permasalahan penting. Variabel-variabel diamati dalam penelitian ini yakni Kualitas Produk, Harga dan Kepuasan Pelanggan

**Gambar 1 Kerangka Pikir****HIPOTESIS PENELITIAN**

Berdasarkan kerangka pikir, hipotesis penelitian sebagai berikut:

1. Diduga Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan Minuman JR Tea
2. Diduga Kualitas Produk dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Minuman JR Tea
3. Diduga Kualitas Produk berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan pelanggan Minuman JR Tea

**METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah konsumen JR Tea Barombong yang diambil selama penelitian dengan pertimbangan JR Tea barombong selama ini tidak melakukan pencatatan jumlah pembeli/pelanggan sehingga populasi diambil selama pelaksanaan penelitian yaitu sebanyak 100 orang. Sampel penelitian diambil sebagai sumber data yang dapat mewakili seluruh populasi sebagaimana maksud dan tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui kepuasan pelanggan maka sampel penelitian diambil dari pelanggan yang telah memiliki atau mampu untuk menilai kualitas serta harga dari JR tea maka dengan kriteria tersebut peneliti menentukan sampel yang memiliki kemampuan penilai sebagaimana maksud dan tujuan penelitian. Dengan pertimbangan tersebut, maka penulis menentukan kriteria sampel yaitu (1) pelanggan yang pernah membeli lebih dari tiga kali produk JR Tea, dan (2) pelanggan tersebut pernah

membeli secara dine in produk JR Tea. Berdasar pada kriteria tersebut maka selama penelitian penulis mendapatkan sebanyak 50 responden yang memenuhi syarat sehingga 50 pelanggan tersebut yang dipilih sebagai sampel penelitian.

**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Uji Validitas**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No.	Variabel	Item	CorrectedItem (R-hitung)	R-tabel	Keterangan
1.	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0,816	0,278	Valid
		X1.2	0,762	0,278	Valid
		X1.3	0,746	0,278	Valid
		X1.4	0,751	0,278	Valid
		X1.5	0,678	0,278	Valid
		X1.6	0,747	0,278	Valid
2.	Harga (X2)	X2.1	0,785	0,278	Valid
		X2.2	0,791	0,278	Valid
		X2.3	0,793	0,278	Valid
		X2.4	0,821	0,278	Valid
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,930	0,278	Valid
		Y1.2	0,901	0,278	Valid

Berdasarkan tabel 1, hasil uji validitas responden menyatakan bahwa dengan menggunakan r-tabel sebesar 0,278 semua item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid karena secara keseluruhan hasil r-hitung lebih besar dari pada r-tabel. Jadi, dari setiap variabel kualitas produk (X1), harga (X2) dan kepuasan Pelanggan (Y) secara keseluruhan dinyatakan valid.

**Uji Realibilitas**

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,840	Realibel
Harga (X2)	0,806	Realibel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,802	Realibel

Sumber: Olah data primer, 2023

Berdasarkan tabel 2, hasil uji reliabilitas kuesioner menyatakan bahwa semua

variabel dinyatakan reliabel karena  $\alpha > 0,50$ . Hasil uji reliabilitas variabel kualitas produk (X1) memiliki nilai  $\alpha$  sebesar  $0,840 > 0,50$ , variabel harga (X2) menghasilkan nilai  $\alpha$  sebesar  $0,806 > 0,50$  dan variabel kepuasan pelanggan (Y) menghasilkan nilai  $\alpha$  sebesar  $0,802 > 0,50$ . Jadi, secara keseluruhan hasil uji reliabilitas variabel dinyatakan valid, sehingga kuesioner yang digunakan dapat dipercaya.

**Analisis Linear Berganda**

**Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.256	0.983		.261	.795
KUALITAS PRODUK	.166	.048	.425	3.460	.001
HARGA	.237	.069	.419	3.410	.001

1. Pada model regresi ini nilai konstanta yang diperoleh adalah 0.256, menunjukkan bahwa variabel Kualitas produk (X1) dan Harga (X2), bernilai sama dengan 0, maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sama dengan 0.256 atau positif.
2. 0,166 (X1) = koefisien regresi untuk variabel X1 sebesar 0,166 bermakna jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel X1 dan variabel X2 bersifat tetap maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,166 pada variabel Y .
3. 0,237(X2) = . = koefisien regresi untuk variabel X2 sebesar 0,237 bermakna jika terjadi kenaikan satu satuan pada variabel X2 dan variabel X1 bersifat tetap maka akan terjadi kenaikan sebesar 0,237 pada variabel Y

Dari persamaan analisis regresi linear berganda dapat dilihat bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh positif terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y), hasil analisis juga menyatakan bahwa variabel independen yang paling berpengaruh adalah harga (X2) dengan nilai sebesar 0,237

**Uji T (Uji Parsial)**

**Tabel 4. Hasil Uji T**  
*Coefficients<sup>a</sup>*

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	0.256	0.983		.261	.795
KUALITAS PRODUK	.166	.048	.425	3.460	.001
HARGA	.237	.069	.419	3.410	.001

Berdasarkan hasil uji t pada tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Uji F (Uji Simultan)**

**Tabel 5. Hasil Uji F (Simultan)**

*ANOVA<sup>a</sup>*

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	45.350	2	22.675	33.546	.000 <sup>b</sup>
Residual	31.177	47	0.676		
Total	77.120	49			

Berdasarkan tabel 5 di atas, dapat disimpulkan hasil uji F menyatakan bahwa nilai F- hitung sebesar 33.546 dengan tingkat signifikan 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, dimana nilai F-hitung 33.546 lebih besar dari nilai F table, untuk mengetahui nilai f table maka nilai f dicari dengan menjumlahkan seluruh variable yang digunakan dikurang 1 (3-1 = 2) . dan didapatkan nilai f table sebesar 3,19. fhitung ; 35,546 > f table 3,19 Artinya variable Kualitas Produk dan Harga secara bersama-sama berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

*Model Summary<sup>b</sup>*

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.767 <sup>a</sup>	.588	.571	.82216	2.035

Berdasarkan variabel di atas, hasil uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) diperoleh nilai korelasi sebesar R=0,767 yang berarti bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) memiliki pengaruh sebesar 58,8% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya 41,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini, seperti produk, kualitas pelayanan, merek, citra merek atau perusahaan, promosi secara keseluruhan, dan lainnya.

**PEMBAHASAN**

**1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR TEA**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah di paparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk koefisien beta unstandardized sebesar 0,166 dan tingkat signifikansi 0,001 yang dibawah dari 0,05. Hal ini berarti kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasanpelanggan. Dengan demikian hipotesis pertama yang

menyatakan kualitas produk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di JR Tea terbukti atau diterima, Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi kepuasan pelanggan di JR Tea.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian *Latief, F., Semmaila, B., & Arfah, A. (2022)*. The Influence of Brand Image and Product Quality on Musical Instrument Purchase Decisions yang menyatakan bahwa kualitas produk akan berpengaruh terhadap keputusan pembelian alat music.

## **2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Minuman JR TEA**

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah di paparkan sebelumnya, dapat dilihat bahwa variabel harga koefisien beta unstandardized sebesar 0,237 dan tingkat signifikansi 0,001 yang dibawah dari 0,05. Hal ini berarti harga berpengaruh secara parsial terhadap loyalitas pelanggan. Dengan demikian hipotesis pertama yang menyatakan harga berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada JR Tea terbukti atau diterima, Hal ini menunjukkan bahwa variabel harga mempengaruhi kepuasan pelanggan di JR Tea.

Harga merupakan salah satu unsur bauran pemasaran paling fleksibel, harga mudah diubah dengan cepat, tidak seperti tampilan produk dan perjanjian distribusi. Kebijakan harga dipergunakan untuk menentukan apakah produk itu akan laku dipasar atau tidak. Dari sudut pandang konsumen harga biasanya didefinisikan sebagai apa yang harus diserahkan konsumen untuk membeli suatu produk atau jasa.

Penelitian ini sejalan dengan *Latief, F. (2021)*. Relevansi Konsep Marketing Mix dalam Keputusan Pembelian Strata Title Gedung Menara Bosowa di Kota Makassar yang menyatakan bahwa harga salah satu variabel yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian. Namun tidak sejalan dengan penelitian *Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023)* Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pengguna gopay.

## **3. Variabel Yang Dominan**

Berdasarkan hasil pengujian analisis regresi linear berganda, dapat disimpulkan bahwa variabel independent yang paling berpengaruh adalah harga dengan nilai sebesar 0,237 sedangkan Kualitas Produk dengan nilai sebesar 0,166. Jadi, harga merupakan variabel yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan di JR Tea. Hal ini dapat dilihat pada tanggapan responden pada variabel harga, dimana sebagian besar konsumen JR Tea setuju dengan harga yang diberikan oleh JR Tea sesuai dengan keinginan dan harapan para konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan *Deviyanti, D., Latief, F., & Zaeni, N. (2023)*. Pengaruh Label Halal, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Brand Kosmetik Wardah Di Citra Kosmetik Sungguminasa yang menyatakan bahwa variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel Harga.

## **KESIMPULAN**

Dari hasil analisis pengujian pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa :



1. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap KepuasanPelanggan pada JR Tea
2. Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap KepuasanPelanggan pada JR Tea
3. Variabel yang memiliki pengaruh yang paling dominan terhadap Keputusan Pelanggan pada JR Tea adalah Harga.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Anggika, L. K. (2018). Pelayanan restoran dalam menciptakan kepuasan pelanggan: studi pengendalian mutu di restoran *D' Ayam Crispy* Yogyakarta.
- Bodroastuti, T. (2012). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT. Sido Muncul Semarang. *Jurnal Kajian Akuntansi Dan Bisnis*, 1(1).
- Ejika, Sambo, Ukpata Ijuo Sunday, Atiga M. Mary, Fumba John (2022). *Impact of Product Quality on Customer Satisfaction and Loyalty , Proceedings of the 15th Annual International Conference*.
- Fahtira, V. N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi Pada *Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu*). IAINBENGKULU.
- Firman, A., Putra, A. H. P. K., Mustapa, Z., Ilyas, G. B., & Karim, K. (2020). *Re-conceptualization of business model for marketing nowadays: Theory and implications. The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(7), 279-291.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Kotler dan Keller. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keberlangsungan Usaha. Universitas Internasional Batam UIB Repository, 2017, 5–24.
- Deviyanti, D., Latief, F., & Zaeni, N. (2023). PENGARUH LABEL HALAL, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BRAND KOSMETIK WARDAH DI CITRA KOSMETIK SUNGGUMINASA. *Jurnal Malomo: Manajemen dan Akuntansi*, 1(1), 103-113.
- Latief, F. (2021). Relevansi Konsep Marketing Mix dalam Keputusan Pembelian Strata Title Gedung Menara Bosowa di Kota Makassar. *SEIKO: Journal of Management & Business*, 4(2), 202-209.
- Latief, F. L., Firman, A., & Dirwan, D. (2023). Keputusan Pengguna Gopay dari Aspek E-Service Quality, Promosi dan Harga. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 11(1), 391-400.



- Latief, F., Semmaila, B., & Arfah, A. (2022). The Influence of Brand Image and Product Quality on Musical Instrument Purchase Decisions. *Point Of View Research Management*, 3(2), 121-133.
- Maulida, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Zafi Studio Di Mangaran Situbondo. *Growth*, 19(2), 170–185
- Morissan, M. A. (2010). Jurnalistik Televisi Mutakhir. Kencana.
- Muftihaturrahmah, A. (2021). Pengaruh Social Media Marketing dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian YOTTA Di Kota Makassar. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 58(1), 190–199.
- Putri Nilam Kencana (2018). *The Effect of Price and Product Quality on Customer Satisfaction PINISI Discretion Review* 2(1):53
- Rizan, M., & Anjarestu, Y. (2013). Pengaruh kualitas produk dan personal selling Terhadap kepuasanpelanggan pada majalah Info bekasi (studi kasus PT. SIBK). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 4(1), 74–96.
- Rizky, U. D., & Di, B. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian UD. RIZKY BAROKAH DI BALONGBENDO.
- Sangadji, E. M. (2013). Perilaku Konsumen; Pendekatan praktis disertai himpunan jurnal penelitian
- Soekanto. (2016). Pengaruh Produk, Harga ,Promosi dan Lokasi Terhadap keputusan Pembelian STUDI DI toko mahkota. *Bab Ii Kajian Pustaka 2.1, 13(2004)*,
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi
- Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman kekinian di kalangan mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Journal of Health Development*, 2(2), 83–91.
- Walukow, A. L. P., & Mananeke, L. (2014). Pengaruh kualitas produk, harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan Pembelian konsumen Di Bentenan Center Sonder Minahasa. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).