



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 4 Tahun 2024 Page 2090-2102

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli pada PT. JX Nippon Oil & Energi Lubricants Indonesia

Niantoro Sutrisno<sup>1✉</sup>, Alycia Panjaitan<sup>2</sup>, Edison P. Sirait<sup>3</sup>

Politeknik LP3I Jakarta

Email: [torrosoet@gmail.com](mailto:torrosoet@gmail.com)<sup>✉</sup>

### Abstrak

Salah satu komponen dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi adalah minat beli sehingga minat beli harus menjadi concern perusahaan. Pemilihan metode kuantitatif dan deskriptif digunakan dalam penelitian melalui survei dan menyebarkan kuesioner. Jumlah populasi sebanyak 44 orang, dan semua dijadikan sebagai sampel, keputusan penentuan sampel menggunakan sampel jenuh. Hasil penelitian terlihat berdasarkan Uji Parsial (Uji t) membuktikan bahwa variabel kualitas produk (X1) mempunyai pengaruh secara parsial terhadap minat beli (Y). Harga(X2) berpengaruh secara terhadap minat beli (Y) dan uji simultan (uji-F) ditemukan hasil penelitian bahwa semua variabel independen (bebas) yaitu kualitas produk(X1) dan Harga(X2) bersama-sama mempunyai pengaruh terhadap minat beli(Y).

Kata Kunci: *Harga, Kualitas Produk, Minat Beli*

### Abstract

One component of consumer behavior in consuming is buying interest, so buying interest must be a company concern. The choice of quantitative and descriptive methods was used in research through surveys and distributing questionnaires. The total population was 44 people, and all were used as samples, the decision to determine the-sample was to use a saturated sample. The research results can be seen based on the Partial Test (t-Test) proving that the product-quality variable(X1) has a partial influence on buying interest (Y). Price(X2) has a significant effect on buying interest(Y) and the simultaneous test (F test) found that all independent (free) variables, namely product quality(X1) and price (X2) together have an influence on buying interest (Y).

Keywords: *Price, Product Quality, Purchase Interest*

## PENDAHULUAN

Salah satu komponen dari perilaku konsumen dalam mengkonsumsi adalah minat beli sehingga minat beli harus menjadi concern perusahaan. Anggapan umum bahwa rasa kepuasan yang tinggi mencerminkan minat beli produk yang tinggi pula. Keinginan membeli bisa dilakukan konsumennya berkaitan dengan persepsi yang ada dalam benak mereka.

Menurut Sakdah et. al. dalam (Kau, 2022), minat beli konsumen merupakan perilaku yang muncul atau dirasakan konsumen sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan hasrat untuk memutuskan pembelian. Kemauan membeli itu, dapat dilihat dari besar kecilnya seseorang (dalam hal ini pengguna internet maupun konsumen online) menjadikan belanja online sebagai tujuan pertama transaksi, mendapatkan referensi informasi tentang produk, dan belanja online ketimbang belanja konvensional atau belanja offline. Dimensi minat beli merujuk pada Ferdinan dalam (Halim, 2022) adalah 1) Minat Transaksional, 2) Minat Refensial, 3) Minat Prefensial, 4) Minat Eksploratif. Minat beli konsumen dipengaruhi berbagai faktor dalam menentukan pembelian produk. Faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian, dalam harga & kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keinginan pembeli.

Kotler dan Armstrong dalam (Musyawarah, 2023) menyatakan bahwa harga ialah jumlah uang yang dibebankan pada produk atau nilai tukar pelanggan untuk kepentingan memiliki atau untuk memakai suatu produk. Dimana harga menurut (Nasution, 2019) merupakan faktor penting. Harga juga memegang peranan penting dalam proses mendorong keputusan pembelian konsumen, karena setiap harga yang ditetapkan suatu perusahaan akan mempengaruhi tingkat permintaan terhadap produk tersebut.

Dimensi Harga menurut Lupiyoa dalam (Khaqiqi., 2021) meliputi: 1. Harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli pelanggan 2. Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan. 3. Diskon untuk pelanggan. Selain faktor harga, yang menjadi pertimbangan dari pembeli, faktor lain yang menjadi pertimbangan, adalah kualitas produk. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Widyana, 2018), kualitas produk adalah seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa, perencanaan, pembuatan produk dan pemeliharaan yang membuat produk yang diharapkan memenuhi harapan-harapan pelanggan.

Dimensi kualitas produk menurut Fredy Rangkuti dalam (Mendrofa, 2016) terdiri dari 1. Tangible (bukti langsung), 2. Empathy (empati), 3. Responsiveness (cepat tanggap), 4. Reability (keandalan), 5. Assurance (jaminan). Konsumen melakukan keputusan pembelian

produk jika merasa kualitas produk dan harganya sesuai. Karenaitu Perusahaan harus mampu mengenali secara dini apa yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen saat ini maupun di masa yang akan datang. Penelitian ini dilakukan mengingat pentingnya kualitas produk dan harga terhadap minat beli.

## METODE PENELITIAN

Penelitian deskriptif kuantitatif menjadi dasar penelitian ini. Metode penelitian kualitatif yaitu metode yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci. Menurut Nazir dalam (Utami D. P., 2021) Penelitian deskriptif mengkaji status kelompok orang, subjek, kondisi, sistem pemikiran atau peristiwa terkini dengan tujuan untuk menciptakan gambaran yang sistematis, realistis dan akurat tentang peristiwa yang diteliti. Adapun sumber data dalam penelitian ini berupa Sumber Data Primer yaitu konsumen. Sedangkan Sumber Data Sekunder berupa dokumen di perusahaan PT.JX Nippon Oil & Energy Lubricants Indonesia Kabupaten Bekasi, Provinsi Jawa Barat. Variabel penelitian ini terdiri dari Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Minat Beli (Y). Untuk melakukan pembahasan dilakukan analisis, dimana Sugiono (2022:226), menyatakan bahwa Analisis merupakan data yang dikelompokkan sesuai variabelnya. Adapun analisis menggunakan Uji Instrumen, Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Hipotesis dan Koefisien Determinasi (Adjusted  $R^2$ ).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Instrumen

#### a. Uji Validitas

Sugiharto dan Sitinjak dalam (Sanaky, 2021), validitas berhubungan dengan suatu perubahan mengukur apa yang harus diukur. Uji validitas ini berpedoman pada nilai r tabel dan r hitung, untuk nilai r tabel dapat diketahui dengan nilai *degree of freedom (df)*, di mana  $df = n - 2$  ( $n$  = jumlah data responden) maka dari itu ( $df = 44 - 2 = 42$ ) dengan  $\alpha = 5\%$  dengan uji dua arah maka diperoleh nilai  $df = 0,297$ . Kriteria pengujian sebagai berikut : 1) Apabila r hitung > r tabel dan bernilai positif; maka indikator tersebut dinyatakan valid. 2) Apabila r hitung < r tabel atau bernilai negatif; maka indikator tersebut dinyatakan tidak valid.

Tabel 1. Hasil UjiValiditas X1

No.	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Validitas
1	Kualitas Produk 1	0,744	0,297	Valid
2	Kualitas Produk 2	0,752	0,297	Valid
3	Kualitas Produk 3	0,836	0,297	Valid
4	Kualitas Produk 4	0,859	0,297	Valid
5	Kualitas Produk 5	0,709	0,297	Valid
6	Kualitas Produk 6	0,784	0,297	Valid
7	Kualitas Produk 7	0,762	0,297	Valid
8	Kualitas Produk 8	0,855	0,297	Valid
9	Kualitas Produk 9	0,779	0,297	Valid
10	Kualitas Produk 10	0,889	0,297	Valid
11	Kualitas Produk 11	0,682	0,297	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 1, nilai kolom r-hitung > dari pada nilai pada kolom r-tabel > 0,297. Sehingga kesimpulan dari 11 pertanyaan atas variabel X1 (Kualitas Produk) seluruh item pernyataan tersebut dinyatakan valid sesuai dengan kriteria jika rhitung > rtabel maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji Validitas X2

No.	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Validitas
1	Harga 1	0,581	0,297	Valid
2	Harga 2	0,679	0,297	Valid
3	Harga 3	0,765	0,297	Valid
4	Harga 4	0,710	0,297	Valid
5	Harga 5	0,785	0,297	Valid
6	Harga 6	0,793	0,297	Valid
7	Harga 7	0,695	0,297	Valid
8	Harga 8	0,671	0,297	Valid
9	Harga 9	0,795	0,297	Valid
10	Harga 10	0,610	0,297	Valid
11	Harga 11	0,681	0,297	Valid
12	Harga 12	0,750	0,297	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel2 memperlihatkan nilai kolom r-hitung > nilai pada kolom r-tabel > 0,297. Sehingga kesimpulan dari 12 pertanyaan atas variabel X2 (Harga) yang

tersedia seluruh item pernyataan valid sesuai  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Tabel 3. Uji Validitas Y

No.	Pertanyaan	R-hitung	R-tabel	Validitas
1	Minat Beli 1	0,443	0,297	Valid
2	Minat Beli 2	0,725	0,297	Valid
3	Minat Beli 3	0,768	0,297	Valid
4	Minat Beli 4	0,497	0,297	Valid
5	Minat Beli 5	0,542	0,297	Valid
6	Minat Beli 6	0,719	0,297	Valid
7	Minat Beli 7	0,715	0,297	Valid
8	Minat Beli 8	0,735	0,297	Valid
9	Minat Beli 9	0,723	0,297	Valid
10	Minat Beli 10	0,697	0,297	Valid
11	Minat Beli 11	0,599	0,297	Valid
12	Minat Beli 12	0,723	0,297	Valid

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 3, menunjukkan nilai kolom r-hitung lebih besar dari nilai kolom r-tabel  $> 0,297$ . Sehingga kesimpulan dari 12 pertanyaan atas variabel Y (Minat Beli) yang tersedia seluruh item pernyataan dinyatakan valid sesuai dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid.

#### b. Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali dalam (Maulana, 2022), reliabilitas adalah alat mengukur kuesioner yang merupakan indikator dari perubahan atau konstruk. Kuesioner dikatakan reliabel/handal jika jawaban terhadap pernyataan adalah konsisten/stabil dari waktu ke waktu. Adapun kriteria untuk menemukan apakah instrumen reliabel tidak, adalah:

1. Jika angka *reliabilitas Cronbach Alpha*  $> 0,60 = reliable$ , kuesioner dapat dapat digunakan.
2. Jika angka *reliabilitas Cronbach Alpha*  $< 0,60$ , tidak *reliable*, kuesioner tidak dapat digunakan.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,936	11

Tabel 5. Uji Reliabilitas Harga ( $X_2$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,910	12

Tabel 6. Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,879	12

Sumber : Hasil Olah Data 2024

## 2. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan menguji apakah dalam metode regresi, variabel terikat dan variabel bebas sama-sama mempunyai distribusi normal atau tidak sesuai pernyataan Ghozali dalam (Ginting, 2019). Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorof-Smirnof Test*, dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed)  $0,036 > 0,05$  berarti data *berdistribusi* normal. Berdasarkan tabel *One-Sample Kolmogorof-Smirnof Test*, dapat dilihat bahwa nilai Asymp Sig (2-tailed)  $0,036 > 0,05$  berarti data *berdistribusi* normal.

Tabel 7. One Sample Kolmogorov Smirnov Test

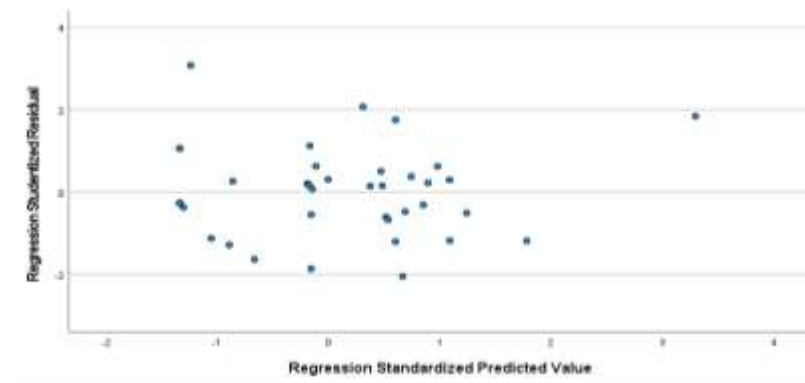
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	44	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,04371214
Most Extreme Differences	Absolute	,137
	Positive	,137
	Negative	-,081
Test Statistic	,137	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>	,036	

Sumber : Hasil Olah Data 2024

### b. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan output *scatterplot*, terlihat titik-titik menyebar bebas dan tidak membentuk polatter tentu yang jelas dapat disimpulkan tidak terjadi masalah

*heteroskedastisitas*, jadi dapat digunakan untuk uji regresi.



Gambar 1. Scatterplot

c. Uji Multikolinearitas

Berdasarkan tabel *Coefficients*, nilai *Tolerance* sebesar  $0,444 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $2,250 < 10$ , antara variabel X tidak terjadi *Multikolinearitas*.

Tabel 8. Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF	
(Constant)	2,159	1,292		1,671	,102			
1 X1	,099	,078	,093	1,262	,214	,444	2,250	
X2	,797	,067	,878	11,936	<,001	,444	2,250	

d. Uji Autokorelasi

Dari tabel *Model Summary* menunjukkan nilai DW (2,518), maka  $(4-DW)$  adalah  $(4-2,518) = 1,482$ . Sehingga  $(4-DW)$   $1,482 > dL$  1,4226 dan  $< dU$  1,6120, maka hasil pengujian dapat disimpulkan tidak ada *autokorelasi*.

Tabel 9. Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,949 <sup>a</sup>	,901	,897	3,11707	2,518

Sumber : Hasil Olah Data 2024

### 3. Uji Regresi Linier Berganda

Dihasilkan persamaan regresi berganda :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

Y : Nilai dalam variabel dependen atau variabel terikat

X<sub>1</sub> : Variabelbebas pertama(Kualitas produk)

X<sub>2</sub> : Variabellbebas kedua (Harga)

a : Konstanta

b<sub>1</sub>,b<sub>2</sub> : Koefisien Variabel Independent

Tabel 10. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	2,159	1,292		1,671	,102
1	Kualitas Produk	,099	,078	,093	1,262	,214
	Harga	,797	,067	,878	11,936	<,001

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan data menunjukkan persamaan regresi linear antara variabel Kualitasproduk (X<sub>1</sub>)dan Harga(X<sub>2</sub>) terhadap minatbeli produk Eneos pada PT.JX Nippon Oil&Energy Lubricants Indonesia(Y), ialah:

$$Y = 2,159 + 0,099X_1 + 0,797X_2$$



Dari hasil perhitungan pada tabel 6, diperoleh nilai constant 2,159. Hasil ini jika Variabel  $X_1$  dan variabel  $X_2$  adalah 0, maka nilai Minat Beli (Y) adalah sebesar 2,159. Nilai koefisien regresi Kualitas produk ( $X_1$ ) sebesar 0,099, hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi kenaikan satu (1) satuan dengan asumsi Harga ( $X_2$ ) dan constanta adalah 0, maka akan meningkat minat beli sebesar 0,099.

$$Y = 2,159 + 0,099X_1$$

Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berkontribusi positif. Sehingga jika Kualitas produk semakin meningkat maka akan semakin meningkat minat beli. Nilai koefisien regresi harga ( $X_2$ ) sebesar 0,797, hal ini mengindikasikan bahwa setiap terjadi kenaikan satu (1) satuan dengan asumsi variabel kualitas produk ( $X_1$ ) dan constanta adalah 0, maka akan meningkat minat beli sebesar 0,797.

$$Y = 2,159 + 0,797X_2$$

Menunjukkan bahwa variabel Harga berkontribusi positif. Sehingga jika harga semakin meningkat maka akan semakin meningkat minat beli.

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial (Uji t)

Menurut Slamet Riyanto (2020: 141) Uji t, pengujian bertujuan, menguji signifikan pengaruh parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah-langkah:

##### 1. Menentukan $\alpha$

Tingkat signifikansi menggunakan  $\alpha = 5\%$

##### 2. Menentukan kriteria penerimaan atau penolakan hipotesis

a. Jika *probability value* (sig)  $\leq 0,05$  maka  $H_0$  ditolak atau  $H_a$  diterima

b. Jika *probability value* (sig)  $\geq 0,05$  maka  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak

Tabel 11. Uji-t Parsial

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized		Standardized	t	Sig.
Model		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
	(Constant)	1,180	1,392		,848	,401
1	Kualitas Produk (X1)	,499	,246	,470	2,026	,049
	Harga (X2)	,443	,210	,488	2,104	,042

a. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel-7 dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  pada  $\alpha = 0,05$  sebesar 2,026 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,020 (dari hasil  $dk/df = n-k = 44-3 = 41$ ). Hal ini berarti  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,026 > 2,020$ ) Pengujian menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Sehingga dapat dinyatakan Kualitas produk( $X_1$ ) mempunyai pengaruh-parsial pada Minat Beli.

Berdasarkan tabel diketahui nilai  $t_{hitung}$  pada  $\alpha = 0,05$  sebesar 2,104 dan  $t_{tabel}$  sebesar 2,020 (dari hasil  $dk/df = n-k = 44-3 = 41$ ). Hal ini bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,104 > 2,020$ ) Pengujian menunjukkan bahwa  $H_0$  diterima atau  $H_a$  ditolak. Sehingga dapat dinyatakan variabel Harga ( $X_2$ ) mempunyai pengaruh secara parsial pada Minat Beli.

#### b. Uji Simultan (Uji F)

Menurut Priyatno dalam (Hartati., 2020) Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen/terikat. Kriteriaapenerimaan(penolakan) hipotesis, yaitu :

1. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $sig < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak
2. Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau  $sig > 0,05$  maka  $H_0$  diterima.

Tabel 12. Uji F

		ANOVA <sup>a</sup>				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
	Regression	3662,248	2	1831,124	199,573	<,001 <sup>b</sup>
1	Residual	376,184	41	9,175		
	Total	4038,432	43			

a. Dependent Variable: MINAT BELI (Y)

b. Predictors: (Constant), HARGA (X2), KUALITAS PRODUK (X1)

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel Anova diketahui  $F_{hitung}$  sebesar 199,573 dan  $F_{tabel}$  2,83 (dari perhitungan  $df(n1) = k-1 = 3-1$  dan  $df(n2) = n-k = 44-3 = 41$ ). Ini menandakan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $199,573 > 2,83$ ). Selain itu nilai signifikan  $\alpha$  adalah  $0,001 < 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian secara statistik disimpulkan kualitas produk( $X_1$ ) dan Harga( $X_2$ ) memiliki pengaruh secara simultan terhadap minat beli(Y).

#### 5. Koefisien Determinasi (Adjuster $R^2$ )

Alat analisis koefisienkorelasi berganda ( $R^2$ ) berupa formulasi dari Mendenhall dan Reinmuth yang dikutip Sugiyono (2015: 151) sebagai berikut :

$$R^2 = \frac{\text{Total SS} - \text{SSE}}{\text{Total ss}}$$

Dimana:

$R^2$  : Koefisien Determinasi Berganda

SS : Jumlah kuadrat dari nilai Y

SSE : Jumlah Kuadrat kesalahan

Tabel 13. Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,949 <sup>a</sup>	,901	,897	3,11707

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel 13 dapat dilihat bahwa nilai *Adjusted R-Square* yaitu sebesar 0,897 berarti persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kualitas produk & Harga) terhadap variabel (MinatBeli), adalah 89.7 % dan 10,3% dijelaskan variabel lain.

### SIMPULAN

Simpulan yang didapatkan penelitian ini adalah:

1. Berdasarkan Uji Parsial(Uji-t) hasil penelitian membuktikan kualitas produk ( $X_1$ ), secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat-beli (Y). Dimana diketahui  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,026 > 2,020$ ).
2. Berdasarkan Uji Parsial (Uji-t) hasil penelitian membuktikan bahwa harga ( $X_2$ ) secara parsial mempunyai pengaruh terhadap minat beli(Y). Dimana diketahui bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2,104 > 2,020$ ).
3. Berdasarkan uji simultan (bersama-sama) (uji F) kualitas produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) secara bersama membawa pengaruh pada minat beli (Y). Dimana diketahui nilai

$$F_{hitung} (199,573) > F_{tabel} (2,83).$$

Hasil penelitian ini didukung hasil penelitian terdahulu (Grace Veronica Piri, 2021) yang menyatakan terdapat pengaruh kualitas, harga terhadap minat beli.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ginting, M. C. (2019). Pengaruh Pendanaan Dari Luar Perusahaan Dan Modal Sendiri Terhadap Tingkat Profitabilitas Pada Perusahaan Property And Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Manajemen Volume 5 Nomor 2*, 195-204.
- Grace Veronica Piri, L. M. (2021). Analisis Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Terhadap Smartphone Samsung Galaxy A Di Chikal Celular Sukur Airmadidi . *Jurnal Emba Vol.9 No.1 Januari*, Hal. 746-753 .
- Halim, S. P. (2022). Pengaruh Kemudahan, Kemanfaatan, Dan Risiko Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan Mobile Banking. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (Jme). Vol. 1, No. 10, Oktober*, 2035-2041.
- Hartati., S. (2020). Akuntabilitas Publik Dari Aspek Pembukuan, Inventarisasi, Dan Pelaporan Aset Tetap . *Eksistansiissn: 2085-2401*, 1240-1247.
- Kau, M. A. (2022). Pengaruh Faktor Sikap Terhadap Minat Beli Konsumen Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Online Shop Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Negeri Gorontalo. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 330-338.
- Khaqiqi., A. I. (2021). Pengaruh Promosi, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Di Online Shop: Studi Pada Customer Lamongan. *Journal Of Economics, Management, And Business Research (Jember) Issn 2646-1106 (Online) Vol. 2, No, 1*, 239-250.
- Maulana, A. (2022). Analisis Validitas, Reliabilitas, Dan Kelayakan Instrumen Penilaian Rasa Percaya Diri Siswa . *Jurnal Kualita Pendidikan Vol.3, No. 3, Desember*, 133-139.
- Mendrofa, K. J. (2016, April). Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Domain .Id. *ResearchGate*. DKI Jakarta, DKI Jakarta, Indonesia: Universitas Mercu Buana.
- Musyawah, I. (2023). Analisis Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Toko Rafli Desa Tarailu Kabupaten Mamuju . *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen Vol 2, No 1*, 1-10.
- Nasution, M. A. (2019). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Alat Kesehatan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Pt. Dyza Sejahtera Medan . *Jurnal Warta Edisi : 59 Januari 2019/ Issn : 1829-7463* , -.

- Sanaky, M. M. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. *Jurnal Simetrik Vol 11, No.1, Juni*, 432-439..
- Utami, D. P. (2021). Iklim Organisasi Kelurahan Dalam Perspektif Ekologi. *Jurnal Inovasi Penelitian Vol.1 No.12 Mei*, 2735-2742.
- Widyana, S. F. (2018). Analisis Kualitas Operasional Produksi (Survei Terhadap PT Aerofood Indonesia ) . *Jurnal Bisnis dan Pemasaran ISSN : 2087-3077 Volume 8, Nomor 2, Desember* , 53-61.