



Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Refta Bakery di Cikarang Selatan

Bela Devi Nurcahyanti^{1✉}, Dadan Ahmad Fadili²

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Singaperbangsa Karawang

Email: beladevi34@gmail.com^{1✉}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk meneliti seberapa besar pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Refta Bakery di Cikarang Selatan. Metode penelitian deskriptif kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Populasi yang digunakan adalah masyarakat Cikarang Selatan dengan 400 sampel sebagai responden. Pengujian yang dilakukan diantaranya uji validitas, reliabilitas, analisis jalur, uji parsial dan simultan. Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut: 1) Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2) Harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan; dan 3) Kualitas Produk dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci: *Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian*

Abstract

This study aims to examine how much influence product quality and price have on the purchase decision of Refta Bakery products in South Cikarang. Quantitative descriptive research methods were used in this study. The population used was the people of South Cikarang with 400 samples as respondents. Tests carried out include validity, reliability, path analysis, partial and simultaneous tests. Based on the results of the study, several conclusions can be drawn as follows: 1) Product quality has a significant effect on purchasing decisions. 2) Price has a significant influence on decisions; and 3) Product quality and price significantly influence purchasing decisions.

Keyword: *Product Quality, Price, Purchase Decision*

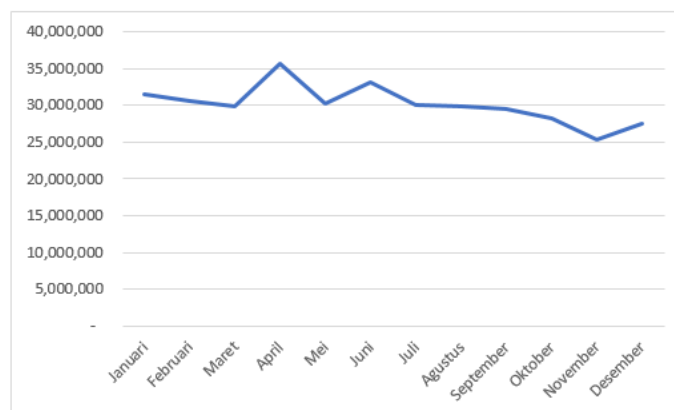
PENDAHULUAN

Indikator keberlangsungan pembangunan ekonomi pada suatu negara adalah pertumbuhan ekonomi. UMKM berperan penting dalam peningkatan dan pertumbuhan perekonomian (Zakiyah et al., 2022). Peran yang dimiliki UMKM sangat besar dalam pertumbuhan perekonomian Indonesia dengan keseluruhan unit usahanya yang mencapai 99% (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2022).

Berdasarkan data terbaru yang didapat dari (Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah, n.d.) jumlah UMKM yang berada di kabupaten Bekasi sebanyak 10.746 unit usaha. Cikarang Selatan menduduki peringkat ke-3 sebagai Kecamatan yang memiliki jumlah UMKM paling banyak di Bekasi yaitu sebesar 1.140 unit usaha.

Gambar 1

Omset Penjualan Refta Bakery 2022



Sumber: Refta Bakery, diolah oleh peneliti (2023)

Seperti yang bisa dilihat pada gambar grafik diatas, sejak awal tahun 2022 omset Refta Bakery bergerak fluktuatif cenderung turun hingga bulan Desember.

Untuk mendukung fenomena diatas maka peneliti telah melakukan pra survey dengan 30 responden. Berdasarkan fenomena yang sudah dijelaskan diatas maka penulis mengangkat judul " Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Refta Bakery di Cikarang Selatan".

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dan verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Masyarakat Kecamatan Cikarang Selatan yang telah menjadi konsumen Refta Bakery adalah populasi pada penelitian ini dengan sampel sebanyak 400 yang di hitung menggunakan rumus "Taroyamane". Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*.

HASII DAN PEMBAHASAN

1) Uji Validitas

Tabel 1 Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Indikator	R _{hitung}	R _{kritis}	Keterangan
1	Keberagaman ukuran	0,410	0,3	Valid
2	Tekstur Produk	0,381	0,3	Valid
3	Aroma Produk	0,371	0,3	Valid
4	Varian rasa	0,421	0,3	Valid
5	Kehigienisan Produk	0,475	0,3	Valid
6	Cita rasa	0,387	0,3	Valid
7	Keamanan dan gizi produk	0,527	0,3	Valid
8	Memenuhi kebutuhan konsumen	0,577	0,3	Valid
9	Kualitas produk terjaga	0,451	0,3	Valid
10	Kesesuaian isi dan berat produk	0,494	0,3	Valid
11	Kesesuaian tampilan visual katalog	0,386	0,3	Valid
12	Daya tahan produk	0,533	0,3	Valid
13	Produk dapat bersaing	0,457	0,3	Valid
14	Bentuk konsisten	0,533	0,3	Valid
15	Rasa tidak pernah berubah	0,528	0,3	Valid
16	Ketanggapan	0,486	0,3	Valid
17	Jaminan kerugian	0,483	0,3	Valid
18	Penampilan produk menarik	0,469	0,3	Valid
19	Kemasan menarik	0,441	0,3	Valid
20	Logo	0,381	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Seluruh indikator variabel kualitas produk dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,3.

Tabel 2

Uji Validitas Variabel Harga (X2)

No	Indikator	R _{hitung}	R _{kritis}	Keterangan
1	Harga terjangkau	0,577	0,3	Valid
2	Harga bervariasi	0,476	0,3	Valid
3	Kewajaran harga	0,566	0,3	Valid
4	Kesesuaian harga dengan kualitas produk	0,506	0,3	Valid
5	Kesesuaian harga dengan kualitas pelayanan	0,531	0,3	Valid
6	Kesesuaian harga dengan ukuran produk	0,594	0,3	Valid
7	Kesesuaian harga dengan cita rasa	0,523	0,3	Valid
8	Kesesuaian harga dengan kuantitas produk	0,493	0,3	Valid
9	Harga mampu bersaing	0,414	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Seluruh indikator variabel harga dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,3.

Tabel 3 Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Indikator	R _{hitung}	R _{kritis}	Keterangan
1	Kebutuhan akan produk	0,609	0,3	Valid
2	Keberagaman varian produk	0,548	0,3	Valid
3	Kualitas produk yang ditawarkan	0,554	0,3	Valid
4	Kepercayaan terhadap merek	0,513	0,3	Valid
5	Daya saing merek	0,498	0,3	Valid
6	Reputasi merek	0,450	0,3	Valid
7	Kemudahan akses lokasi	0,428	0,3	Valid
8	Waktu pembelian	0,541	0,3	Valid
9	Jumlah pembelian	0,472	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Seluruh indikator variabel keputusan pembelian dinyatakan valid karena nilai seluruh indikator lebih dari 0,3.

2) Uji Realibilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	R _{hitung}	R _{kritis}	Keterangan
Kualitas Produk (X1)	0,805	0,6	Reliabel
Harga (X2)	0,661	0,6	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,652	0,6	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Oleh Peneliti, 2023

Diketahui r hitung variabel kualitas produk (X1) sebesar 0,805 kemudian variabel harga (X2) sebesar 0,661 dan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 0,652. Maka seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel karena r hitung lebih dari 0,6.

3) Uji Normalitas

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		400
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98226884
Most Extreme Differences	Absolute	.039
	Positive	.030
	Negative	-.039
Test Statistic		.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.153 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS oleh Peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, menunjukkan bahwa semua variabel yaitu kualitas produk (X1), harga (X2) dan keputusan pembelian (Y) mengikuti sebaran data normal karena nilai signifikan α hitung semua variabel sebesar 0,153 dimana hasil tersebut sudah lebih dari 0,05.

5) Analisis Korelasi

Tabel 11 Hasil Korelasi Antara Variabel Kualitas Produk (X1) dengan Variabel Harga (X2)

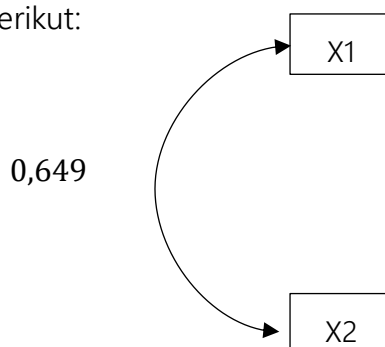
Correlations		Kualitas Produk	Harga
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	400	400
Harga	Pearson Correlation	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	400	400

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan Tabel 4.53 diketahui bahwa nilai koefisien korelasi antara variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) sebesar 0,649.

Nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk (X1) dan variabel harga (X2) dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2

Korelasi Antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Dapat diketahui nilai koefisien korelasi antara variabel kualitas produk dan harga sebesar 0,649 yang berada pada interval 0,60- 0,799 termasuk kategori kuat dengan nilai p-value (sig) = 0,000 < 0,05 yang menunjukkan hubungan positif. Artinya terdapat hubungan positif yang kuat antara Kualitas Produk dengan harga.

Analisis Jalur (*Path Analysis*)

Tabel 12 Koefisien Jalur Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

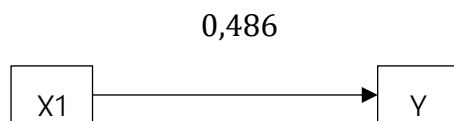
Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	4.558	1.582		.004
	Kualitas Produk	.243	.022	.486	.000
	Harga	.347	.046	.330	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

1. Koefisien Jalur Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (X2)

Pengaruh langsung variabel kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat digambarkan pada gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3

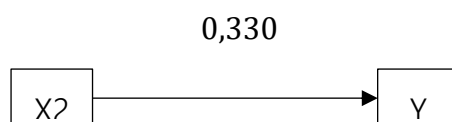
Koefisien Jalur Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil hitung koefisien determinasi maka diperoleh nilai 23,62% yang berarti bahwa variabel kualitas produk mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara langsung sebesar 23,62% sedangkan sisanya $100\% - 23,62\% = 76,38\%$ dipengaruhi oleh faktor lain.

2. Koefisien Jalur Variabel Harga (X2) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh langsung variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat digambarkan pada gambar 4.41 sebagai berikut:



Gambar 4

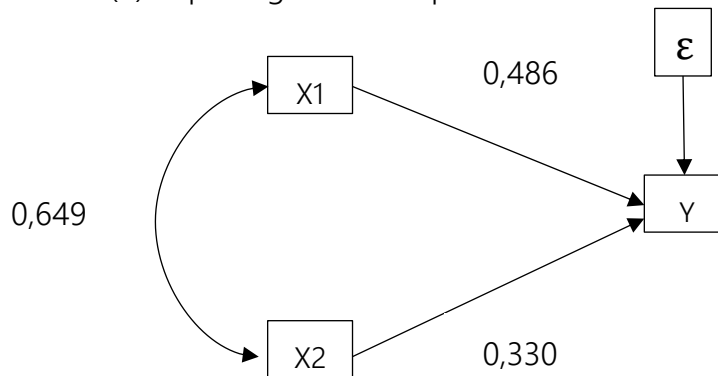
Koefisien Jalur Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan hasil hitung koefisien determinasi maka diperoleh nilai 10,89% yang berarti bahwa variabel harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian secara langsung sebesar 10,89% sedangkan sisanya $100\% - 10,89\% = 89,11\%$ dipengaruhi oleh faktor lain.

3. Koefisien Jalur Variabel Kualitas Produk (X1) dan Variabel Harga (X2) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Koefisien jalur variabel antara kualitas produk (X1) variabel harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat digambarkan pada Gambar 4.42 sebagai berikut:



Gambar 5

Koefisien Jalur antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Adapun diperoleh persamaan jalur sebagai berikut:

$$Y = 0,486x_1 + 0,330x_2 + \epsilon$$

Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

1. Pengaruh Parsial Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (X2)

Pengaruh langsung atau tidak langsung kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 5 Pengaruh langsung dan Tidak langsung dari Variabel Kualitas Produk (X1) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
Kualitas Produk (X1)	Pengaruh langsung X1 ke Y	$0,486^2$	0,236196
	Pengaruh tidak langsung X1 ke Y	$0,486 \times 0,649 \times 0,330$	0,10408662
Total			0,34028262

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel kualitas produk (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 34,03%.

2. Pengaruh Parsial Variabel Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (X2)

Pengaruh langsung atau tidak langsung harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 6 Pengaruh langsung dan Tidak langsung dari Variabel Harga (X2) terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Interpretasi Analisis Jalur	Perhitungan	Besarnya Pengaruh
Harga (X2)	Pengaruh langsung X1 ke Y	$0,330^2$	0,1089
	Pengaruh tidak langsung X1 ke Y	$0,486 \times 0,649 \times 0,330$	0,10408662
Total			0,44918262

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai pengaruh langsung dan tidak langsung dari variabel harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) maka dapat dijelaskan bahwa pengaruh variabel harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) adalah sebesar 44,92%.

4.2.5.4 Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Pengaruh dari variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dapat ditunjukkan pada tabel dibawah ini, sebagai berikut:

Tabel 7 Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Koefisien Jalur	Pengaruh Langsung	Pengaruh Tidak Langsung		Subtotal Pengaruh
			X1	X2	
Kualitas Produk (X1)	0,486	0,236196	0,10408662		0,34028262
Harga (X2)	0,330	0,1089		0,10408662	0,44918262
Total Pengaruh Simultan					0,78946524
Pengaruh lain di luar model 1 - 0,78946524					0,21053476

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23,2023

Berdasarkan tabel diatas mengenai pengaruh simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) maka dapat dijelaskan bahwa total pengaruh Simultan Variabel Kualitas Produk dan Variabel lokasi (X2) Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah sebesar 0,78946524 atau 78,94%. Adapun pengaruh dari variabel lain yaitu $1 - 0,78946524 = 0,21053476$ atau sebesar 21,95%.

4.2.5.5 Analisis Koefisien Determinasi

Total pengaruh variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) adalah besaran koefisien determinasi (R^2) terlihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 8 Tabel Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.744 ^a	.554	.551	1.987

a. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel 8 mengenai Koefisien Determinasi (R^2) menjelaskan bahwa R^2 *Square* adalah 0,554 atau sebesar 55,4%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 55,4% sedangkan sisanya 44,6% dijelaskan oleh faktor – faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian Hipotesis

1) Analisis Uji t antara Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2)

Untuk korelasi antara kualitas produk (X1) dengan harga (X2) menggunakan tingkat signifikansi (α) 5%, diperoleh nilai *degree of freedom* (df) = ($n - k$), maka $400 - 2 = 398$ sehingga diperoleh nilai dari t tabel = 1,960. Korelasi kualitas produk (X1) dengan harga (X2) dapat dihitung menggunakan rumus di bawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Diketahui:

r = nilai korelasi

n = jumlah sampel

Maka :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,649\sqrt{398-2}}{\sqrt{1-0,486^2}}$$

$$t = \frac{0,649\sqrt{396}}{\sqrt{1-0,236196}}$$

$$t = \frac{12,9149}{0,8740}$$

$$t = 14,777$$

Nilai t hitung di atas kemudian dibandingkan dengan nilai t tabel pada tingkat signifikansi 5% dengan df-2 = 398, Maka diperoleh nilai ttabel = 1,960. Dengan demikian diketahui bahwa t hitung (14,777) > t tabel (1,966), maka H0 ditolak, artinya terdapat korelasi antara kualitas produk (X1) dengan harga (X2).

2) Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel secara Parsial

Pengujian hipotesis berpengaruh secara parsial antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 17

Pengaruh Parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.558	1.582		2.880	.004
Kualitas Produk	.243	.022	.486	11.018	.000
Harga	.347	.046	.330	7.492	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

1. Hipotesis Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, dengan degree of freedom (n-2) = 390 - 2 = 398, diperoleh t tabel = 1,960.

Tabel 18

Pengaruh Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Struktur	Sig.	α	t hitung	t tabel	Keputusan
pyx1	0,000	0,05	4.777	1,960	H0 ditolak

Sumber:Hasil Pengolahan Data SPSS 23,2023

Berdasarkan tabel dapat diketahui bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t hitung (14.777) > t tabel (1.960) maka H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

2. Hipotesis Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian(Y)

Dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, dengan degree of freedom (n-2) = 390 – 2 = 398, diperoleh t tabel = 1,960. berdasarkan Tabel 4.58 dapat diketahui bahwa t hitung = 7,492 dengan nilai sig. 0,000.

Tabel 19
Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Struktural	Sig.	α	t hitung	t tabel	Kesimpulan
ρ_{yx1}	0,000	0,05	7.492	1.960	H0 ditolak

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23,2023

Berdasarkan tabel 4.60 dapat diketahui bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan t hitung (7.492) > t tabel (1,960) maka H0 ditolak. Maka dapat disimpulkan bahwa harga (X) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

3. Pengujian Hipotesis Pengaruh Variabel secara Simultan

Untuk pengaruh simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dengan tingkat signifikansi (α) = 5%, df1 (k-1) = 3-1 = 2, dan df2 (n-3) = 398 – 3 = 395, diperoleh ftabel = . Sedangkan untuk nilai fhitung dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 20
Pengaruh Secara Parsial Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1944.071	2	972.035	246.136	.000 ^b
	Residual	1567.827	397	3.949		
	Total	3511.897	399			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Diketahui bahwa nilai fhitung = 246.136 dan sig. 0,000. Pengaruh simultan kualitas produk (X1) dan harga (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) dapat dilihat pada tabel

berikut :

Tabel 21

Pengaruh Simultan Kualitas Produk (X1) Harga (X1) dan Keputusan Pembelian (Y)

Struktural	Sig.	α	f hitung	f tabel	Kesimpulan
ρ_{yx1}	0,000	0,05	246.136	3,02	H0 ditolak

Sumber: Pengolahan Data SPSS 23, 2023

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai sig, (0,000) < α (0,05) dan f hitung (246.236) > f tabel (3,02) maka . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y).

Pembahasan

Kualitas produk dan harga pada produk Refta Bakery sudah sangat baik jika dibuktikan dengan hasil uji yang telah dilakukan. Setiap variabel memiliki hubungan positif yang signifikan satu sama lainnya, dan hal itu dibuktikan dari hasil uji t dan uji f yang telah dilakukan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan dari keseluruhan hasil penelitian yaitu:

1. Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian
2. Harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian dan
3. Kualitas produk dan harga secara bersama berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Asri Setiyani, Tri Yuliyanti, D. R. (2022). Pengembangan UMKM di Desa Pekarungan Kabupaten Sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(3), 425–433. <https://journal-nusantara.com/index.php/JIM/article/view/112>
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Bekasi. (2022). *Kecamatan Cikarang Selatan dalam Angka 2022*. 13. <https://bekasikab.bps.go.id/publication/download.html?nrbvfeve=MzAzZWVmMjJmYzQxNWVmNzNjODE0ZDhk&xzmn=aHR0cHM6Iy9iZWthc2lrYWluYnBzImdvImkl3B1YmxpY2F0aW9ulzlwMjlvMDkvMjYvMzAzZWVmMjJmYzQxNWVmNzNjODE0ZDhkl2tlY2FtYXRhbi1jaWthcmFuZy1zZWxhdGFuIWRhbGFtIWFuZ2thIT>
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan* (H. Upu (ed.)). Global

Research and Consulting Institute.

Dinas Koperasi Usaha Kecil dan Menengah. (n.d.). *Jumlah UMKM Berdasarkan Kecamatan di Kabupaten Bekasi*. Website Dinas Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah. Retrieved March 28, 2023, from <https://kukm.bekasikab.go.id/Dashboarddsb.php>

Effendi, U. (2021). *Iklan Brosur, Kualitas Produk dan Citra Merek*. Yayasan Barcode.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.

Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2022). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah*. Website Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. [https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran UMKM sangat besar untuk,total penyerapan tenaga kerja nasional.](https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah#:~:text=Peran%20UMKM%20sangat%20besar%20untuk,total%20penyerapan%20tenaga%20kerja%20nasional.)

Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, I., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran* (M. Suardi (ed.)). Penerbit Samudra Biru.

Sugiarto. (2017). *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yeskha (ed.)). Penerbit Andi. <https://doi.org/978-979-29-6114-0>

Tjiptono, F. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi* (Edisi 1). Penerbit Andi.

Zakiyah, E. F., Kasmu, A. B. P., & Nugroho, I. (2022). Peran Dan Fungsi Usaha Mikro Kecil Dan Menengah (Umkh) Dalam Memitigasi Resesi Ekonomi Global 2023. *Jurnal Cakrawala Ilmiah*, 2(4), 1–12. <https://www.bajangjournal.com/index.php/JCI/article/view/4482>