

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP  
MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA KING MADU BORNEO  
DI TANJUNG REDEB**

**Chyntia Narolita Pinontoan<sup>1</sup> Sayugo Adi Purwanto<sup>2</sup> Nahawani Fadelan<sup>3</sup>**

**Fakultas Ekonomi Dan Bisnis  
Universitas Muhammadiyah Berau**  
[chyntianarolitaaa19@gmail.com](mailto:chyntianarolitaaa19@gmail.com)  
[Sayugoadi@gmail.com](mailto:Sayugoadi@gmail.com)  
[Fadelan88@gmail.com](mailto:Fadelan88@gmail.com)

**DOI 10.35915/cj.v7i2.817**

Received :Juli 22, 2023. Revised: Juli1<sup>th</sup>, 2023. Accepted September 30<sup>th</sup>, 2023

**Abstrak**

Tujuan penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb. Penelitian ini dilakukan kepada 96 responden yang merupakan pelanggan King Madu Borneo. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha King Madu Borneo. Hal ini dibuktikan dengan dengan nilai F-hitung > F-tabel ( $19,687 > 3,09$ ) dan nilai signifikansi F-hitung sebesar  $0,000$ . Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung > t-tabel ( $3,247 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,002 < 0,05$ . Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada Usaha King Madu Boneo, hal ini dibuktikan dengan nilai t-hitung > t-tabel ( $6,267 > 1,985$ ) dan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$ .

**Kata kunci: Harga, Kualitas Produk dan Minat beli**

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

## PENDAHULUAN

Seiring dengan zaman yang maju di dalam dunia bisnis semakin lama semakin meningkat, dimana perkembangan yang pesat tersebut mengalami pertumbuhan yang berkesinambungan. Sehingga mengakibatkan terjadinya perubahan para pesaing bisnis dalam mempertahankan bisnisnya. Tujuan utama suatu perusahaan mendirikan suatu bisnis adalah mencari laba atau keuntungan semaksimal mungkin pengaruhi oleh kemampuan perusahaan baik dari pemimpin maupun karyawan itu sendiri.

(Nurhidayati et al., 2019)

Perusahaan dapat menjual produknya dengan harga yang menguntungkan pada tingkat kualitas yang di harapkan, sehingga akan mampu mengatasi tantangan dari para pesaing terutama dalam bidang pemasaran (Kristanto & Adi, 2017)

Persaingan yang terjadi dapat dilihat berdasarkan munculnya produk yang berkualitas dengan harga yang bersaing untuk menarik minat beli. Pilihan konsumen akan produk baik barang atau jasa yang memberikan kesempatan bagi konsumen untuk mengonsumsi dengan beragam pilihan produk yang ditawarkan sehingga akan menciptakan minat beli konsumen.

Strategi pemasaran digunakan perusahaan untuk mempertahankan konsumen, yang diharapkan dapat memberikan kepuasan dan

meningkatkan minat beli konsumen sehingga mempengaruhi keputusan pembelian. Adanya kepuasan yang dirasakan oleh konsumen, menimbulkan respon positif berupa terjadinya pembelian ulang dan menganjurkan konsumen lain agar membeli produk. Keuntungan berlipat ganda akan diperoleh produsen melalui penyebaran informasi positif dari konsumen ke konsumen lain. Sedangkan untuk menarik minat konsumen agar membeli, perusahaan dapat memberikan harga, kualitas, dan iklan yang menarik kepada konsumen yang dipromosikan melalui berbagai media pemasaran.

Jika minat beli pada diri konsumen rendah, maka kerugian akan dialami perusahaan, karena dengan sendirinya akan berpengaruh pada penurunan volume penjualan perusahaan tersebut. Oleh sebab itu pelaku usaha harus mempunyai keunggulan tertentu dibandingkan dengan pesaing sehingga dapat menarik konsumen untuk sekedar mencoba kemudian mengambil keputusan (Ratnasari & Bayu, n.d.) Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk.

King Madu Borneo merupakan salah satu Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) di Tanjung Redeb, yang beralamat di Jl. Murjani III Perumahan Korpri Nomor A/68. King Madu Borneo

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

menjual madu hutan asli dengan kandungan murni Madu Hutan Kalimantan, bersumber dari lebah alam, madu murni 100% Asli tanpa campuran, jelas sumber pengambilannya, dijamin keasliannya, halal serta Thoyyib. Usaha ini menghadapi persaingan dari usaha-usaha sejenisnya. Dengan berkembangnya usaha madu di Tanjung Redeb, mengakibatkan semakin banyak pula jenis madu khususnya madu yang banyak beredar di pasaran yang populer disebut SOS (*Sintesis, Oplosan, Syrupan*).

Maka dari itu usaha King Madu Borneo selalu mencari cara agar tetap mempertahankan keberlangsungan usahanya, minat beli konsumen sangat mempengaruhi kemajuan usaha King Madu Borneo. Kehilangan pelanggan akan membuat omset penjualan madu pada usaha King Madu Borneo akan menurun. Oleh karena itu usaha King Madu Borneo harus tetap menjaga dan mempertahankan para pelanggannya dengan cara meningkatkan minat beli konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb".

## KAJIAN TEORI

### Minat Beli Konsumen

Minat beli menurut Kotler (2014) adalah perilaku konsumen dimana konsumen memiliki keinginan dalam memilih dan mengonsumsi suatu produk. Minat beli akan timbul apabila seseorang konsumen sudah berpengaruh terhadap mutu dan kualitas dari suatu produk dan informasi suatu produk (Lail et al., 2023)

### Indikator Minat Beli

Menurut Ferdinand (2006) indikator minat beli, yaitu :

- a. Minat transaksional, adalah individu yang selalu membeli ulang barang/jasa yang digunakannya.
- b. Minat refrensial, adalah individu yang menyarankan individu lainnya dalam membeli barang/jasa sesuai pengalaman yang sudah ia gunakan.
- c. Minat preferensial, adalah perilaku individu yang selalu memiliki preferensi utama terhadap barang/jasa yang dibelinya.
- d. Minat eksploratif, adalah perilaku individu yang selalu menggali informasi secara lengkap mengenai barang/jasa yang diminatinya.

### Harga

Kotler dan Amstrong (2009), mendefinisikan harga sebagai sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa.

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

Secara lebih luas dapat dikatakan bahwa harga ialah jumlah semua nilai yang diberikan oleh konsumen untuk memperoleh keuntungan atas kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa.

Sedangkan harga menurut William J. Stanton (1996) adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk mendapatkan beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya. Dengan demikian harga sebenarnya untuk menggambarkan nilai uang sebuah barang dan jasa.

### **Indikator Harga**

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:78), terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

a. Keterjangkauan harga

Konsumen bisa menjangkau harga yang telah ditetapkan oleh perusahaan. Produk biasanya ada beberapa jenis dalam satu merek harganya juga berbeda dari yang termurah sampai termahal.

b. Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Harga sering dijadikan sebagai indikator kualitas bagi konsumen, orang sering memilih harga yang lebih tinggi diantara dua barang karena mereka melihat adanya perbedaan kualitas. Apabila harga lebih tinggi orang cenderung

beranggapan bahwa kualitasnya juga lebih baik.

c. Kesesuaian harga dengan manfaat

Konsumen memutuskan membeli suatu produk jika manfaat yang dirasakan lebih besar atau sama dengan yang telah dikeluarkan untuk mendapatkannya.

d. Daya Saing Harga

Konsumen sering membandingkan harga suatu produk dengan produk lainnya. Dalam hal ini mahal murahnya suatu produk sangat dipertimbangkan oleh konsumen pada saat akan membeli produk tersebut.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

### **Indikator Kualitas Produk**

Menurut Fandy Tjiptono (2012:121), indikator untuk variabel kualitas produk sebagai berikut:

a. Daya Tahan

Berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis.

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

b. Keistimewaan

Karakteristik sekunder ini hadir sebagai pelengkap dan bisa diartikan sebagai kelengkapan atas berbagai atribut produk yang tersedia pada suatu produk.

c. Keandalan

Yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal pakai.

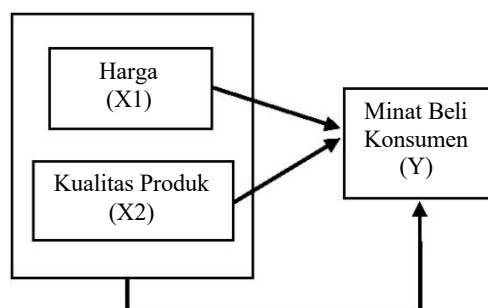
d. Kesesuaian dengan spesifikasi

Sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Misalnya standar karakteristik operasional.

e. Estetika produk

Yaitu daya tarik produk terhadap panca indera. Misal keindahan desain produk, keunikan model produk, dan kombinasi.

### Kerangka Pikir



Gambar 1. Kerangka pikir

### Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

H1 : Diduga Harga berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Pada Usaha King Madu Borneo.

H2 : Diduga Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha king madu borneo

H3 : Diduga Harga dan Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha king madu borneo

### METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Nonprobability Sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Dalam penelitian peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yang merupakan teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Alasan pemilihan sampel dengan menggunakan *purposive sampling* adalah karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah peneliti tentukan. Menurut Sugiyono (2019) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Artinya pengambilan sampel didasarkan pada pertimbangan atau kriteria tertentu yang telah dirumuskan terlebih dahulu oleh peneliti.

Adapun kriteria responden yang akan dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konsumen King Madu Borneo yang berdomisili di Tanjung

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

Redeb.

2. Konsumen King Madu Borneo yang berusia minimal 21 Tahun.
3. Konsumen yang telah melakukan pembelian produk King Madu Borneo minimal atau serendah-rendahnya 1 kali.

## ANALISIS DAN PEMBAHASAN

### Uji Validitas

Butir-butir pernyataan dinyatakan valid jika  $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$  atau *nilaipearson correlation* pada hasil output SPSS lebih besar dari nilai  $r\text{-tabel}$  pada statistik  $df = n - 2 = 96 - 2 = 94$  nilai  $r\text{-tabel}$  94 adalah 0,2006. Hasil uji validitas dengan program SPSS adalah sebagai berikut:

Pernyataan	$R_{hitung}$	$R_{tabel}$	Keterangan
X1.1	0.552	0.200	VALID
X1.2	0.650	0.200	VALID
X1.3	0.754	0.200	VALID
X1.4	0.690	0.200	VALID
X2.1	0.644	0.200	VALID
X2.2	0.675	0.200	VALID
X2.3	0.784	0.200	VALID
X2.4	0.762	0.200	VALID
X2.5	0.789	0.200	VALID
Y1	0.759	0.200	VALID
Y2	0.742	0.200	VALID
Y3	0.617	0.200	VALID
Y4	0.668	0.200	VALID

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa  $r$  hitung darisetiap butir pernyataan yang diberikan kepada responden lebih besar dari nilai  $r$  tabel yaitu 0,2006 yang berarti semua butir pernyataan dinyatakan valid.

### Uji Realibilitas

Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan realibel jika memberikan *Cronbach Alpha*  $\geq 0,60$ .

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Kriteria	Keterangan
Harga	0,661	0,60	Reliable
Kualitas Produk	0,777	0,60	Reliable
Minat Beli	0,626	0,60	Reliable

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai *cronbach alpha* dari seluruh variabel yang diujikan nilainya diatas 0,6 maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

### Analisis Regresi Berganda

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.718	1.181		14.408	.000
	X1	.235	.072	.321	3.247	.002
	X2	.279	.045	.619	6.267	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Dari persamaan regresi di atas dapat diketahui bahwa:

Konstanta sebesar 1,718 menyatakan bahwa jika variabel harga dan kualitas produk memiliki nilai 0, maka variabel minat beli konsumen bernilai konstanta sebesar 1,718.

Koefisien variabel harga sebesar 0,235 menyatakan bahwa setiap kenaikan harga sebesar 1 persen,

maka variabel minat beli konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,235 atau 23,5% begitupun sebaliknya.

Koefisien variabel *kualitas produk* sebesar 0,279 menyatakan bahwa setiap kenaikan *kualitas produk* sebesar 1 persen, maka variabel minat beli konsumen akan mengalami kenaikan sebesar 0,279 atau 27,9% begitupun sebaliknya.

### Koefisien Korelasi (R)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 <sup>a</sup>	.297	.282	1.310

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

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa tingkat hubungan antara variabel independen dan variabel dependen adalah kategori sedang karena koefisien korelasi (R) sebesar 0,545 atau 54,5% berada diantara 0,41 – 0,60.

### Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.545 <sup>a</sup>	.297	.282	1.310

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

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R square) sebesar 0,297 atau 29,7% yang berarti *harga* dan *kualitas produk* memberikan sumbangan pengaruh sebesar 29,7% terhadap minat beli konsumen pada usaha king madu borneo. Sedangkan

sisanya sebesar 70,3 % dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

### Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.718	1.181		14.408	.000
	X1	.235	.072	.321	3.247	.002
	X2	.279	.045	.619	6.267	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI KONSUMEN (Y)

Berdasarkan tabel diatas hasil Uji t dalam penelitian ini, diketahui bahwa variabel harga memiliki nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,002 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t-tabel ( $3,247 > 1,985$ ), maka harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen sedangkan variabel kualitas produk memiliki nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $6,267 > 1,985$ ), maka kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen.

### Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.618	2	33.809	19.687	.000 <sup>b</sup>
	Residual	159.715	93	1.717		
	Total	227.333	95			

a. Dependent Variable: Y  
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel diatas hasil Uji F dalam penelitian ini, diketahui bahwa nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 ( $0,000 < 0,05$ ) dan F-hitung lebih besar dari F-tabel ( $19.687 > 3,09$ ), maka

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen.

## PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Harga Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis pertama yaitu, "diduga harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb". Berdasarkan hasil uji t harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb terbukti dengan nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,002 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $3,247 > 1,985$ ), sehingga dapat diartikan bahwa harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb.

### 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis kedua yaitu, "diduga kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb". Berdasarkan hasil uji t kualitas produk berpengaruh signifikan

secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb terbukti dengan nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $6,267 > 1,985$ ), sehingga dapat diartikan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb.

### 3. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dilakukan, hipotesis ketiga yaitu, "diduga harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap Minat Beli konsumen pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb". Berdasarkan hasil uji F harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb terbukti dengan nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dan t hitung lebih besar dari t tabel ( $19,687 > 3,09$ ), sehingga dapat diartikan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb.

## KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian berjudul Pengaruh Harga dan Kualitas Produk pada Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb. Dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,002 < 0,05$ ) dan t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $3,247 > 1,985$ ).
2. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb. Dibuktikan dengan hasil uji t dimana nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dan t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $6,267 > 1,985$ ).
3. Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara simultan terhadap minat beli konsumen pada usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb. Dibuktikan dengan hasil uji f dimana nilai Sig lebih kecil dari nilai probabilitas yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dan t-hitung lebih besar dari t-tabel ( $19,687 > 3,09$ ).

## SARAN

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb harus bisa lebih lagi memberi perhatian pada harga produk yang dijualnya, karena variabel harga ini memiliki potensi yang besar untuk dapat menciptakan keunggulan bersaing. Harga yang terlalu tinggi akan menjadikan konsumen berfikir dan membandingkan dengan produk pesaing.
2. Dari hasil penelitian kualitas produk sangat mempengaruhi minat beli konsumen, untuk itu Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb agar memberikan perhatian yang lebih lagi dalam membangun kesadaran konsumen agar dapat menarik minat beli pada produk yang ditawarkan dan memberikan penawaran pada keunggulan produk yang tidak ada atau belum ada. Dan memberikan kesan bahwa Usaha King Madu Borneo di Tanjung Redeb memiliki kualitas yang terbaik dibanding dengan produk lainnya.
3. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat dijadikan bahan referensi terkait dengan penelitian mengenai Harga dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Konsumen.

Lail, A., Mawi, T., Muhammadiyah

Berau, U., Ekonomi, F., &

Bisnis, D. (2023). PENGARUH

LABEL HALAL DAN

PROMOSI TERHADAP

MINAT BELI OBAT HERBAL

PADA TOKO AL-BADAR DI

TANJUNG REDEB. *Change*

*Agent For Management Journal*

(CAM), 7(1).

<https://doi.org/10.35915/cj.v7i1>

Nurhidayati, S., Muhammadiyah, S.,

& Redeb, T. (2019). SELISIH

BIAYA PRODUKSI SEBAGAI

ALAT PENGENDALIAN

MANAJEMEN PT INDO

PUSAKA BERAU. In

*Accountia Journal (Accounting*

*Trusted, Inspiring, Authentic*

*Journal)* (Vol. 397, Issue 2).

Online.

Ratnasari, W., & Bayu, M. (n.d.). *The*

*Effect Of Competitive*

*Advantage, Digital Marketing*

*On Supply Chain Management*

*On Tourism Business*

*Performance In Indonesia*.

Fithiyaturrahmah, F., & Muslimin, M.

(2022). Analysis of Differences in

Audits with Recency Patterns and

Audits Without Patterns on Tax

Compliance. *Budapest*

*International Research and Critics*

*Institute-Journal (BIRCI-Journal)*,

5(3), 19594-19601.

<http://jurnal.umberau.ac.id/index.php/camjournal>

(e-ISSN 2621-0975) (p-ISSN 2622-3856)

## DAFTAR PUSTAKA

Al-qur'an, An-nisa : 29.

Assauri, Sofyan. 2015.

*Manajemen Pemasaran:  
Dasar, Konsep dan  
Strategi*, Raja Grafindo  
Persada, Jakarta.

Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi  
Analisis Multivariate  
dengan Program SPSS*

Kotler, Philip dan Kevin Lane  
Keller. 2016. *Manajemen  
Pemasaran*. Erlangga,  
Jakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2016.  
*Manajemen Pemasaran  
Jasa Berbasis  
Kompetensi*. Salemba  
Empat, Jakarta.

Nazara, Netianis. 2018. *Pengaruh  
Harga dan Kualitas  
Produk Terhadap Minat  
Beli Konsumen di UD.  
Misel Teluk*. Skripsi.  
Sekolah Tinggi Ilmu  
Ekonomi Nias Selatan.

Riskawati, Eri. 2020. *Pengaruh  
Harga dan Kualitas  
Produk Terhadap  
Kepuasan Konsumen  
Produk Herbal Penawar  
Al Wahida*. Skripsi.  
Universitas Islam Negeri  
Sultan Thana Saifuddin.

Suharyadi dan Purwanto. 2012.  
*Statistika Untuk Ekonomi  
dan Keuangan Modern*.  
Salemba Empat, Jakarta.

Swastha, Basu. 2015. *Manajemen  
Penjualan*. BPFE,  
Yogyakarta.