

# PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI ULANG DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA HOLLAND BAKERY PANDANARAN SEMARANG

Sekar Ayu Shabrina<sup>1</sup> & Agung Budiatmo<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Departemen Administrasi Bisnis, Universitas Diponegoro, Indonesia

<sup>1</sup>Email: Sekarbrina@gmail.com

**Abstract:** *There are many factors in increasing consumer repurchase interest, such as product quality factors and the price offered by the company. The type of this research is explanatory research. And the sampling using nonprobability samples technique, by accidental sampling with purposive samples methods. Data collection techniques using questionnaires, interviews with 100 respondents who have purchased products at Holland Bakery Pandanaran Semarang. The research make use of qualitative and quantitative analysis by means of validity, reliability, correlation coefficient, determination coefficient, regression analysis, t test with SPSS 22.0 version application and sobel analysis to determine the effect of intervening variables. The result of this study shows that product quality has significant cum significant effect in purchasing decision, the price has an effect with are significant in purchasing decision, there is an influence on product quality on repurchase interest through purchasing decisions, there is an influence on price on repurchase interest through purchasing decision. Based on the sobel test results, there is an influence of product quality on repurchase interest through purchasing decisions and price on repurchase interest through purchasing decisions. According to the results of the mediation test, this purchase decision is a partial intervening variable in mediating the influence of product quality on repurchase intention and purchase decision is partial intervening variables in mediating the influence of price on repurchase intention.*

**Keywords:** *Product Quality; Price; Purchase Decision and Repurchase Intention*

**Abstrak:** Salah satu langkah untuk menaikkan penjualan yaitu dengan menaikkan minat beli ulang konsumen. Terdapat banyak faktor untuk faktor kualitas produk maupun harga untuk ditawarkan oleh perusahaan dalam meninggikan minat beli ulang konsumen. Tipe penelitian yang digunakan adalah *explanatory research*. Sampel diambil menggunakan teknik *nonprobability sampling*, menggunakan metode *accidental* dengan *purposive*. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, dan kuesioner pada 100 responden yang pernah melakukan pembelian produk pada Holland Bakery Pandanaran Semarang. Analisis kualitatif dan kuantitatif dengan uji reliabilitas, validitas, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji t, analisis regresi dengan aplikasi SPSS 22.0 dan analisis sobel untuk mengetahui pengaruh dari variabel *intervening* digunakan dalam penelitian ini. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian, harga berpengaruh secara signifikan pada keputusan pembelian, adanya pengaruh kualitas produk pada minat beli ulang melewati keputusan pembelian, adanya pengaruh harga pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Berdasarkan dari hasil uji sobel, terdapat pengaruh kualitas produk pada minat beli ulang melewati keputusan pembelian dan harga pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji mediasi, keputusan pembelian merupakan *intervening* parsial dalam memediasi pengaruh kualitas produk pada minat beli ulang dan keputusan pembelian merupakan *intervening* parsial dalam memediasi pengaruh harga pada minat beli ulang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk; Harga; Minat Beli Ulang dan Keputusan Pembelian

## **Pendahuluan**

Di era globalisasi seperti yang ada di Indonesia, jumlah merek dan produk semakin memiliki berbagai macam pilihan. Perkembangan merek yang dikenal oleh masyarakat didukung oleh teknologi informasi dan komunikasi. Masyarakat semakin mudah untuk mencari keunggulan produk dan berbagai macam merek sehingga konsumen memiliki banyak pilihan akan produk yang mereka akan pakai. Oleh sebab itu, antar pelaku bisnis akan berkompetisi untuk memperoleh kepercayaan dari konsumen. Persaingan ketat ini akan memiliki dampak bagi para pelaku bisnis agar lebih cerdas dalam menentukan strategi pemasaran yang dapat membawa pelaku usaha untuk memenangkan persaingan. Menurut Hellier (2003), mengatakan minat beli ulang (*repurchase intention*) ialah suatu ketetapan disusun sesuai rencana pelanggan ketika akan membeli kembali mengenai jasa dengan mempertimbangkan tingkat kesukaan dan situasi yang sedang terjadi. Beberapa faktor yang digunakan perusahaan untuk meningkatkan minat beli ulang yang ada diperusahaan adalah faktor kualitas produk dan harga. Holland Bakery merupakan perusahaan roti yang berasal dari Jakarta dan telah berdiri sejak tahun 1978. Perusahaan roti dan kue Holland Bakery memiliki pengalaman lebih dari 40 tahun dan lebih dari 150 gerai Holland Bakery tersebar di seluruh Indonesia. Saat ini di Semarang sendiri terdapat 5 outlet atau counter yang beroperasi salah satunya adalah outlet yang ada di Jalan Pandanaran. Tetapi dalam empat tahun terakhir khususnya pada cabang Pandanaran di Kota Semarang mengalami kenaikan pada roti-roti yang tidak terjual serta penurunan volume penjualan rupiah.

Berdasarkan dengan permasalahan yang ada maka akan lebih baik jika perusahaan mengetahui terdapat pengaruh dari kualitas produk, harga, melalui keputusan pembelian pada minat beli ulang, dengan rumusan masalah diantaranya ialah: (1) Apa kualitas produk memiliki pengaruh pada keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran Semarang? (2) Apa kualitas produk memiliki pengaruh pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran Semarang? (3) Apakah harga memiliki pengaruh pada keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran Semarang? (4) Apakah harga berpengaruh pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran Semarang? (5) Apakah keputusan pembelian memiliki pengaruh pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran Semarang?, (6) Apakah kualitas produk berpengaruh pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian Holland Bakery Pandanaran Semarang?, (7) Apakah harga memiliki pengaruh pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran?

Tujuan penelitian ini ialah: (1) Ingin mengetahui pengaruh kualitas produk pada keputusan pembelian di Holland Bakery, (2) Ingin mengetahui pengaruh kualitas produk pada minat beli ulang di Holland Bakery, (3) Ingin mengetahui pengaruh harga pada keputusan pembelian di Holland Bakery, (4) Ingin mengetahui pengaruh harga pada minat beli ulang di Holland Bakery, (5) Ingin mengetahui pengaruh keputusan pembelian pada minat beli ulang di Holland Bakery, (6) Ingin mengetahui pengaruh kualitas produk pada minat beli ulang melewati keputusan pembelian Holland Bakery, (7) Ingin mengetahui pengaruh harga pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian Holland Bakery.

## **Kerangka Teori**

Berdasarkan Kotler dan Keller (2012) bahwa menyatakan ketika sebuah produk mampu untuk menyediakan kinerja yang lebih dari ekspektasi para pelanggannya Kualitas produk dapat diukur berdasarkan dimensi-dimensi kualitas produk seperti : (1) Bentuk, Fitur, Penyesuaian, Kualitas

Kinerja, Kualitas Kesesuaian, Ketahanan, Keandalan, Kemudahan Perbaikan, Gaya, dan Desain.

Kemudian pendapat dari Kotler dan Armstrong (2012), harga dapat diartikan sebagai beberapa uang dibayarkan agar memperoleh produk atau jasa untuk mendapatkan keuntungan. Ada empat faktor indikator harga yaitu : (1) ketercapaian harga yang ditawarkan (2) kesesuaian harga pada kualitas (3) persaingan harga (4) sesuai nya manfaat yang diperoleh dengan harga

Keputusan pembelian merupakan rangkaian tahapan konsumen dimana konsumen sudah mendapatkan pilihan dan telah siap untuk membeli atau bertukar antara uang dan janji untuk membayar menurut Kotler (2005). Ada empat indikator yang dapat mempengaruhi harga berdasarkan Kotler (2007) yaitu : (1) Keyakinan membeli produk (2) Kebiasaan melakukan pembelian produk (3) mereferensikan produk ke oranglain dan (4) melakukan pembelian kembali.

Didasarkan pada pendapat ahli dari Ferdinand (2002), minat beli ulang konsumen (*repurchase intention*) ialah suatu keyakinan yang dibuat oleh konsumen dan akan muncul setelah melakukan pembelian produk atau jasa. Terdapat beberapa indikator yang dapat memberikan pengaruh pada minat beli ulang yaitu : (1) keinginan membeli produk, (2) adanya rencana menggunakan produk di masa mendatang dan (3) kebutuhan akan suatu produk.

## **Hipotesis**

Hipotesis adalah dugaan sementara pada rumusan masalah penelitian (Sugiyono, 2008). Taksiran sementara ini pada dasarnya mampu membantu peneliti agar lebih terarah, hipotesis penelitian ini ialah:

- H1** Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk pada keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran.
- H2** Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran.
- H3** Diduga terdapat pengaruh antara harga pada keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran.
- H4** Diduga terdapat pengaruh antara harga pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran.
- H5** Diduga terdapat pengaruh antara keputusan pembelian pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran.
- H6** Diduga terdapat pengaruh antara kualitas produk pada minat beli ulang melewati keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran.
- H7** Diduga terdapat pengaruh antara harga pada minat beli ulang melewati keputusan pembelian di Holland Bakery Pandanaran.

## **Metode Penelitian**

Pada penelitian memiliki tujuan untuk membuktikan pengaruh Kualitas Produk, Harga, pada Minat Beli Ulang melewati Keputusan Pembelian pada Holland Bakery Pandanaran, Semarang. Tipe penelitian ini adalah *explanatory reasearch*, alat yang digunakan untuk mengumpulkan suatu sampel adalah kuesioner. Sampel yang digunakan berjumlah 100 orang dengan *accidental sampling*. Responden tersebut adalah responden yang berumur setidaknya 17 tahun lalu responden tersebut sebagai pengambil keputsan (*decider*). Dalam Sugiyono (2009) apabila jumlah populasi di suatu penelitian tidak diketahui dengan pasti, maka pengambilan sampel minimal yang dikutip dengan rumus dan didapatkan angka sebanyak 100 responden. Cara untuk mengumpulkan data yang

digunakan ialah wawancara, studi pustaka dan kuesioner. Analisis penelitian digunakan adalah analisis kuantitatif serta kualitatif dengan uji reliabilitas, uji validitas, koefisien determinasi, koefisien korelasi, uji t, analisis regresi dan uji sobel dengan aplikasi SPSS 20.00.

## **Hasil**

Kualitas produk serta harga merupakan faktor yang berpengaruh pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian. Kualitas produk dinilai baik jika memiliki dimensi kualitas yang baik, yaitu meliputi kualitas rasa yang enak, daya tahan produk, pilihan produk yang beragam, kemenarikan dalam penampilan dan kesesuaian produk. Harga dinilai baik jika memiliki harga yang dapat dijangkau, kesesuaian dengan kualitas produk, serta harga yang berdaya saing dan sesuai pada manfaat yang diterima. Keputusan pembelian dinilai baik jika kemantapan dalam membeli produk, konsumen terbiasa dalam melakukan pembelian produk, konsumen mereferensikannya ke orang lain, dan konsumen memiliki minat dalam produk. Minat beli ulang dinilai baik jika konsumen memiliki keinginan untuk menggunakan kembali produk Holland Bakery, konsumen memiliki rencana untuk tetap menggunakan produk, dan produk dapat terpenuhi keinginan konsumen.

Kualitas produk merupakan faktor yang berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian. Disamping itu, dampak dari variabel kualitas produk pada keputusan pembelian masuk kategori cukup kuat dan positif. Hal ini dapat disimpulkan, bahwasanya kualitas produk memiliki pengaruh pada tingginya keputusan pembelian. Dari penelitian tersebut didasarkan oleh pendapat dari penelitian sebelumnya oleh Widha P (2017) membuktikan bahwasanya kualitas produk terpengaruh oleh keputusan pembelian. Disamping itu, kualitas produk terpengaruh secara signifikan pada minat beli ulang. Artinya, semakin tinggi kualitas produk yang diberikan maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang. Seperti yang disampaikan oleh Boyd dan Mason (1999), dimana jika kualitas produk menjadi menarik untuk konsumen, maka ketertarikan pada produk semakin meningkat dan akan menaikkan kemungkinan konsumen untuk melakukan pembelian ulang. Hasil dari penelitian ini juga berdasarkan dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Mahyarani menyatakan terdapat hubungan dari kualitas produk dengan minat beli ulang.

Harga ialah salah satu faktor yang memiliki pengaruh signifikan pada keputusan pembelian tergolong korelasi sedang atau cukup kuat. Artinya, harga akan berpengaruh pada tingginya keputusan pembelian. Analisis ini didukung dengan pernyataan Sumarwan (2004) bahwa konsumen memberi penilaian pada suatu harga dari produk dimana perilaku konsumen itu sendiri akan sangat berpengaruh. Hasil dari penelitian didasarkan pada penelitian menurut Tjiptono (2006) dimana harga yang dapat dijangkau akan menaikkan keinginan konsumen untuk membeli produk yang sedang ditawarkan. Lalu, harga memiliki pengaruh signifikan pada minat beli ulang. Artinya, semakin sesuai harga yang diberikan akan membuat konsumen untuk berniat membeli kembali produk tersebut. Seperti yang disampaikan oleh Zeithaml dan Bitner (2003) bahwa jika minat beli ulang dipengaruhi oleh dimensi-dimensi dari harga, yaitu produk dibandingkan harganya oleh pelanggan, pelanggan menginginkan harga sesuai kualitas yang diberikan serta harga yang fleksibel. Hasil penelitian ini berdasarkan oleh pernyataan dari Irvan (2015) yang membuktikan bahwa harga memiliki pengaruh pada minat beli ulang.

Keputusan pembelian adalah salah satu yang berperan pada minat beli ulang dan membuktikan bahwasanya variabel keputusan pembelian dapat menjelaskan minat beli ulang. Kemudian pengaruh antar variabel ini masuk kategori kuat dan positif. Hal ini berarti semakin tinggi keputusan pembelian konsumen maka akan semakin tinggi pula minat beli ulang. Hasil analisis

tersebut didukung oleh pendapat yang disampaikan Ferdinand (2002) bahwasanya minat beli ulang ialah keinginan konsumen untuk melakukan pembelian kembali suatu produk atau jasa setelah membelinya.

Dalam penelitian ini berdasarkan perhitungan hasil regresi, koefisien dan signifikansi menunjukkan perbedaan antara pengaruh langsung serta pengaruh tidak langsung. Dimana kualitas produk memiliki pengaruh langsung pada minat beli ulang sebesar 0,378. Pengaruh tersebut lebih besar jika dibandingkan oleh pengaruh tidak langsung kualitas produk pada minat beli ulang sebesar 0,299. Maka dapat menunjukkan kualitas produk lebih besar pengaruhnya secara langsung pada minat beli ulang, dibandingkan oleh pengaruh tidak langsung pada minat beli ulang dengan keputusan pembelian. Demikian juga pada variabel harga pada minat beli ulang yaitu bahwa besarnya pengaruh langsung akan lebih besar jika dibandingkan oleh pengaruh tidak langsung dengan dengan keputusan pembelian sebagai variabel intervening. Dimana variabel harga berpengaruh langsung pada minat beli ulang sebesar 0,275 dan pengaruh tidak langsung yaitu antara variabel harga pada minat beli ulang melalui keputusan pembelian sebagai intervening sebesar 0,091.

## **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian pada 100 orang yang memiliki pengaruh kualitas produk, harga melalui keputusan pembelian pada minat beli ulang di Holland Bakery Pandanaran Semarang, maka dapat didapatkan hasil yaitu:

1. Kualitas produk terpengaruh signifikan pada keputusan pembelian Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang. Dari penelitian ini korelasi antara kualitas produk pada keputusan pembelian termasuk ke dalam kategori sedang atau cukup kuat.
2. Kualitas produk adalah salah satu yang memiliki pengaruh secara signifikan pada minat beli ulang Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang. Dalam penelitian ini korelasi dari kualitas produk pada minat beli ulang termasuk ke kategori korelasi kuat. Namun masih terdapat beberapa indikator yang perlu ditingkatkan lagi yaitu indikator mengenai keberagaman produk, daya tahan produk, tampilan produk dan tampilan kemasan pada produk.
3. Harga berpengaruh cukup signifikan pada keputusan pembelian Holland Bakery Pandanaran. Hal ini menunjukkan bahwa harga mampu menjelaskan keputusan pembelian, Dari sini dapat ditunjukkan jika harga semakin sesuai maka keputusan pembelian akan semakin sesuai juga. Dalam penelitian ini korelasi antara harga pada keputusan pembelian dan dikategorikan pada korelasi sedang atau cukup kuat.
4. Kualitas produk adalah salah satu variabel terpegaruh secara signifikan pada minat beli ulang Holland Bakery Pandanaran. Dalam penelitian ini korelasi antara kualitas produk pada minat beli ulang termasuk ke dalam kategori korelasi kuat. Namun masih terdapat beberapa indikator yang perlu ditingkatkan lagi yaitu indikator mengenai keberagaman produk, daya tahan produk, tampilan produk dan tampilan kemasan pada produk.
5. Harga terdapat pengaruh signifikan pada minat beli ulang Holland Bakery Pandanaran. Berarti bahwa harga mampu menjelaskan minat beli ulang. Selain itu, korelasi antara variabel harga dan minat beli ulang yang tergolong lemah atau tidak kuat, dan masih terddapat beberapa indikator yang perlu ditingkatkan lagi yaitu mengenai peningkatan kualitas rasa produk supaya sesuai dengan harga yang ditawarkan lalu meningkatkan kelebihan produk agar sesuai dengan harga yang dijual.

6. Keputusan pembelian terdapat pengaruh signifikan pada minat beli ulang Holland Bakery Pandanaran dan menunjukkan bahwa keputusan pembelian mampu menjelaskan minat beli ulang. Dalam penelitian ini korelasi antara keputusan pembelian pada minat beli ulang termasuk ke dalam kategori korelasi kuat. Namun masih terdapat beberapa indikator lagi yang perlu ditingkatkan mengenai kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk pada orang lain
7. Dilihat dari hasil uji mediasi menunjukkan hasil bahwasanya ada pengaruh intervening keputusan pembelian dalam hubungan antara variabel harga dan minat beli ulang Holland Bakery Pandanaran di Kota Semarang sebagai mediasi parsial yang artinya hubungan antara harga pada minat beli ulang akan tetap signifikan meski melalui atau tidak melalui minat beli. Pengaruh langsung harga pada minat beli ulang pengaruhnya lebih tinggi dibanding tidak langsung yang melalui keputusan pembelian.

## Saran

1. Pada variabel kualitas produk saran yang diberikan kepada Holland Bakery Semarang yaitu mengenai produk yang kurang beragam, Holland Bakery dapat melakukan riset pasar untuk mengetahui pilihan rasa dan jenis produk seperti apa yang sedang digemari oleh masyarakat selain itu juga Holland Bakery harus selalu mengembangkan inovasi pada produk – produk yang dimilikinya agar produk selalu diterima pasar dengan baik. Kemudian saran berikutnya Holland Bakery perlu meningkatkan daya tahan kualitas produk agar tetap sehat dan enak namun kondisi produk tidak cepat rusak. Maka Holland Bakery dapat mengkaji lagi proses pengolahan produk agar daya tahan produk sesuai dengan standard pada umumnya dan memilih bahan baku yang berkualitas. Kemudian saran berikutnya Holland Bakery perlu memperbaiki tampilan produk, karena konsumen cenderung menyukai produk yang tampilannya menarik dan menggugah selera harapannya konsumen akan membeli produk tersebut. Selanjutnya Holland Bakery juga perlu memperbaiki kemasan dari produk dengan mengembangkan atau mengeluarkan perpaduan warna yang baru untuk kemasannya agar lebih menarik perhatian konsumen.
2. Pada variabel harga saran yang diberikan kepada Holland Bakery Semarang yaitu mengenai harga tidak sesuai dengan kualitas produk, Holland Bakery dapat melakukan *research and development* pada produk yang dijual agar dapat memperkuat cita rasa produk dan meningkatkan kualitas produk. Seperti meningkatkan kontroling pada kualitas produk agar dapat mempertahankan cita rasa yang enak dan melakukan inovasi produk agar konsumen merasa bahwa kualitas produk yang didapatkan telah sesuai dengan uang yang dibayarkan. Kemudian saran berikutnya Holland Bakery perlu melakukan penyesuaian harga dengan kompetitornya karena konsumen merasa bahwa harga yang ditawarkan oleh Holland Bakery terlalu mahal. Oleh karena itu dalam penetapan harga Holland Bakery dapat menyajikan cita rasa produk yang lebih enak dibandingkan dengan kompetitor dengan harga yang bersaing. Holland Bakery dapat memberi diskon kepada konsumen setia/pelanggan yang membeli dalam kuantitas banyak.

3. Pada variabel keputusan pembelian saran yang diberikan kepada Holland Bakery yaitu mengenai kesediaan konsumen dalam merekomendasikan produk pada oranglain, hal ini ada jika konsumen memiliki rasa puas pada produk yang diberikan. Dalam rangka meningkatkan kesediaan konsumen Holland Bakery dapat menyediakan loyalty card yang dapat ditukarkan dengan diskon maupun bonus produk tertentu. Selain itu Holland Bakery juga bisa meminta kepada pelanggan untuk merekomendasikan Holland Bakery kepada orang terdekatnya atau mempromosikan melalui sosial media lalu memberikan imbalan berupa potongan harga kepada pelanggan tersebut.

## Daftar Referensi

- Armstrong, G, Kottler, P. 1997. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Cetakan Pertama, Erlangga. Jakarta.
- Augusty, Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang: Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*, Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2014. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas, Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Keller, K.L. 2012. *Marketing Management Edisi 14*. New Jersey: Prentice Hall
- Stanton, William J. 2003. *Prinsip Pemasaran (terjemahan)*. Edisi 7, jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Stoner, James A.F. 1992. *Manajemen*. Jilid 2. Edisi Kedua. Jakarta: Erlangga
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2006. *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Yamit, Zulian. 2001. *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Yogyakarta: Ekonosia
- Zeithaml, Bitner, dan Gremler. 2009. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*
- Ruti, Maryana Tria. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli di Rabbani Gading Solo. Skripsi. Universitas Diponegoro
- Santoso, Heru. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli Nokia Lumia 520 di Surabaya. *Jurnal Manajemen*. Vol.2, No.2, hal 562-573
- Utami, Ruri Putri. 2017. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik di Pasar Sambas Medan. *Jurnal Universitas Negeri Medan*. Vol.6, No.2, hal 44

---