

ANALISIS KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI PRODUK ONLINE PADA SISWA/I SMK KELING KUAMNG SEKADAU**Caecilia Margareta Emel^{1*}, Trifornia Ayu², Gregorius Gayu³**Institut Teknologi Keling Kumang¹²³

INFO ARTIKEL

Riwayat Artikel:

Received : Mei 27th, 2024

Revised : Juni 5 th, 2024

Accepted : Juni 10 th, 2024

Keywords:

Product Quality,

Price,

Purchase Interest

SMK Keling Kumang Sekadau

Kata Kunci:

Kualitas Produk

Harga

Minat Beli

SMK Keling Kuamang

Sekadau

ABSTRACT

Purchase interest is a consumer behavior in the form of a desire that arises within oneself to purchase a product. Several factors that influence buying interest are product quality and price. This research aims to determine the influence of product quality and price on interest in buying online products partially and simultaneously among Students at Keling Kumang Sekadau Vocational School. The method used in this research is a quantitative method. Data analysis used SPSS version 27. Data testing techniques used in this research included validity tests, reliability tests and multiple linear regression tests. Simultaneously, product quality (X_1) and price (X_2) have a positive and significant effect on purchasing interest (Y) with a significance level of $0.000 < 0.05$. So it can be concluded that product quality and price have a positive and significant effect on purchasing interest among Students at Keling Kumang Sekadau Vocational School.

ABSTRAK

Minat beli merupakan salah satu perilaku konsumen berupa keinginan yang muncul dalam diri untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk. Beberapa factor yang mempengaruhi minat beli yaitu kualitas produk dan harga. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan harga terhadap minat beli produk online secara parsial dan silmutan pada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan sempel sebanyak 89 orang responden Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau. Analisi data menggunakan bantuan SPSS versi 27. Teknik pengujian data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji validitas, uji reabilitas dan uji regresi linier berganda. Secara silmutan kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli (Y) dengan nilai tingkat signifikan $0.000 < 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli pada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau.

*Corresponding author :

Address : ITKK Sekadau

E-mail : fitria.elvi@gmail.com

PENDAHULUAN

Di era modern ini teknologi berkembang begitu pesat yang hampir mencakupi segala sector, salah satunya yaitu pada transaksi jual-beli barang ataupun jasa. Berbelanja merupakan aktivitas yang sering kita lakukan dalam kehidupan sehari-hari dalam upaya untuk pemenuhan kebutuhan ataupun keinginan. Umumnya kegiatan berbelanja dilakukan dipasar baik itu, pasar tradisional maupun pasar modern. Namun, seiring berjalanya waktu dengan perkembangan teknologi yang semakin canggih kini, sebagian masyarakat beralih memilih untuk berbelanja secara online. Sebab, belanja online mudah untuk dilakukan dimanapun dan kapanpun melalui *platform e-commerce*.

Berbelanja online merupakan kegiatan jual beli barang atau jasa yang dilakukan melalui aplikasi atau web sehingga, tanpa harus bertemu langsung dengan penjualnya. Dalam hal tersebut mempermudah dalam membeli produk yang diinginkan, karena hampir semua produk tersedia di *platform e-commerce*. Belanja online dapat menghemat waktu dan tenaga karena bersifat fleksibel dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan menggunakan komputer, laptop, *handphone* dan sebagainya. Pada *platform* tersebut menyediakan berbagai macam jenis produk barang maupun jasa, yang ditawarkan dengan kualitas dan harga yang bervariasi. Sehingga hal tersebut dapat mendorong minat beli konsumen untuk berbelanja secara online.

Menurut Kartini dalam Maysari (2019), bahwa minat beli merupakan sesuatu yang timbul setelah menerima rangsangan dari produk yang dilihatnya, sehingga timbul ketertarikan untuk membeli serta agar dapat memilikinya. Untuk membeli suatu produk tentu ada beberapa hal yang harus diperhatikan seperti kualitas produk dan harga. Ernawati (2019) berpendapat bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor penting dapat mempengaruhi keputusan setiap pelanggan ketika membeli suatu produk, semakin baik kualitas suatu produk, maka dapat meningkatkan minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut.

Menurut Citra dan Santoso (2016) menyatakan bahwa jika produk yang dihasilkan tersebut baik dan berkualitas maka produk itu mempunyai nilai yang lebih dipikirkan konsumen sehingga akan meningkatkan minat konsumen.

Kualitas produk dan harga merupakan suatu hal yang menjadi pertimbangan ketika berbelanja online karena harga dan kualitas menentukan kesesuaian antara produk yang dipesan. Namun, ada pula harga yang tidak sesuai dengan kualitas atau pun sebaliknya. Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: Apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli produk online secara signifikan? Tujuannya untuk mengetahui, membuktikan, dan menjelaskan serta menganalisis apakah kualitas produk dan harga berpengaruh terhadap minat beli produk online pada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau.

KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS

Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2016:96) menyatakan bahwa kualitas produk merupakan segala sesuatu yang bisa ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli digunakan ataupun dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan maupun kebutuhan.

Menurut Tjiptono (2016), ada beberapa indikator-indikator dari kualitas produk yaitu sebagai berikut:

1. Manfaat inti (*core benefit*)

2. Keistimewaan tambahan (*features*)
3. Keandalan (*reability*)
4. Daya tahan (*durability*)

Berdasarkan uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat menarik minat konsumen untuk membeli suatu produk.

Pengertian Harga

Harga adalah total jumlah nominal atau nilai uang yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa untuk ditukarkan agar memperoleh manfaat, memiliki ataupun menggunakan produk maupun jasa yang disepakati (Kotler, 2015).

Menurut Kotler dan Armstrong (2018) berpendapat ada empat ciri-ciri indikator harga yaitu sebagai berikut:

1. Keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga kualitas produk serta layanan
3. Daya saing harga
4. Kesesuaian harga dan manfaat

Dari pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa harga merupakan nilai uang dari suatu barang. Harga dapat menjadi faktor yang mempengaruhi seseorang untuk membeli suatu produk.

Pengertian Minat Beli

Minat beli adalah keinginan yang timbul dari diri konsumen atas ketertarikan terhadap suatu produk melalui proses pertimbangan serta pengamatan sebelum membuat keputusan (Yunus dkk, 2022).

Menurut Fardiland (dalam Veronica, 2016:24) ada beberapa indikator minat beli yaitu sebagai berikut:

1. Minat Transaksional
2. Minat Referensial
3. Minat Preferensial
4. Minat Ekploratif

Berdasarkan penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa minat beli merupakan perilaku konsumen berupa keinginan yang muncul dalam diri untuk melakukan pembelian terhadap suatu produk.

Hipotesis

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang masalah, rumusan masalah, kajian pustaka serta study empiris yang menjadi rujukan dalam penelitian ini. Maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ho: kualitas produk tidak berpengaruh terhadap minat beli
H1: kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli
2. Ho: harga tidak berpengaruh terhadap minat beli
H1: harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli
3. Ho: kualitas produk dan harga tidak berpengaruh terhadap minat beli
H1: kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli

METODA PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Menurut Sugiono (2017:80) asosiatif adalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variable atau lebih.

Lokasi penelitian yaitu Kabupaten Sekadau. Tempat tersebut dipilih berdasarkan pertimbangan penulis karena mudah dalam mencari dan mendapatkan responden serta mudah dalam memperoleh informasi yang sesuai dengan permasalahan objek pokok penelitian. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh peneliti dari orang yang bersangkutan.

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas objek ataupun subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017:80). Populasi dalam penelitian ini adalah Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau.

Menurut Sugiyono (2016:116) menyatakan bahwa sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki populasi tersebut. Sampel dalam penelitian ini yaitu berjumlah 89 orang siswa/I SMK Keling Kumang.

Proses pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Studi Lapangan

Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian, baik melalui observasi, penyebaran kuesoner maupun wawancara.

2. Studi perpustakaan

Kegiatan mengumpulkan bahan-bahan atau informasi yang berkaitan dengan penelitian yang berasal dari literatur, artikel atau jurnal-jurnal ilmiah dan sebagainya.

Untuk melakukan analisis pada penelitian ini peneliti menggunakan analisis sebagai berikut:

1. Analisis Deskriptif

Suatu analisis dengan menguraikan tanggapan responden mengenai minat beli produk secara online pada remaja dikabupaten Sekadau dengan menyebarkan kuesoner kepada responden yang menjadi sample pada penelitian ini.

2. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa saja yang diukur. Suatu kuesoner dinyatakan valid apabila pertanyaan atau pernyataan dalam kuesoner mampu untuk mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesoner tersebut.

3. Uji Reliabilitas

Reliabilitas atau keandalan merupakan konsistensi dari serangkaian pengukuran atau alat ukur. Dalam penelitian, reliabilitas yaitu sejauh mana pengukuran dari suatu tes tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama.

4. Uji Regresi Berganda

Uji regresi linier berganda adalah adalah model regresi liner dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas prediktor. Tujuan dari analisis ini

adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variable bebas terhadap variable terikat dan meramalkan variable terikat apabila seluruh variable bebas sudah diketahui nilainya.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Table 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden								
Umur	Jumlah	%	Kelas	Jumlah	%	Jenis Kelamin	Jumlah	%
15-16	15	17%	10	15	17%	Laki-Laki	27	31%
16-17	48	54%	11	48	54%	Perempuan	62	69%
17-18	26	29%	12	26	29%			

B

Berdasarkan table 1. Karakteristik responden diatas dapat disimpulkan bahwa rata-rata responden yaitu berusia 16-17 tahun, sebesar 54% dari 89 sampel yang artinya mayoritas responden kelas 11 SMK Keling Kumang Sekadau. 69% responden berjenis kelamin perempuan sedangkan, 31% lainnya adalah laki-laki. Perbedaan jenis kelamin antara laki-laki dan perempuan dapat mempengaruhi persepsi dan proses pengambilan dalam keputusan berbelanja online.

Uji Validitas

Table 2. Uji Validitas

No	Item	R_{hitung}	R_{Tabel}	Keterangan
1	$X_{1.1}$	0,603	0,208	Valid
2	$X_{1.2}$	0,592	0,208	Valid
3	$X_{1.3}$	0,574	0,208	Valid
4	$X_{1.4}$	0,505	0,208	Valid
5	$X_{2.1}$	0,622	0,208	Valid
6	$X_{2.2}$	0,580	0,208	Valid
7	$X_{2.3}$	0,621	0,208	Valid
8	$X_{2.4}$	0,605	0,208	Valid
9	$Y_{.1}$	0,571	0,208	Valid
10	$Y_{.2}$	0,496	0,208	Valid
11	$Y_{.3}$	0,634	0,208	Valid
12	$Y_{.4}$	0,580	0,208	Valid

Berdasarkan table 2. Uji validitas diatas menunjukkan nilai r hitung pada setiap item lebih besar dari pada R_{table} yaitu 0,208 artinya bahwa pertanyaan atau pernyataan dinyatakan valid sehingga dapat dilakukan olah data selanjutnya.

Uji Reliabelitas

Table 3. Uji Reabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,771	12

Berdasarkan hasil uji reabilitas pada table diatas, menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* yang diperoleh pada penelitian ini sangat baik yaitu 0,771 lebih besar dari 0,60 maka dapat dinyatakan item pernyataan dan pada penelitian ini reliable atau terpecaja sabagai alat pengumpulan data.

Uji Regresi Linier Berganda

Table 5. R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.844 ^a	0,713	0,706	0,612
a. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk				

Berdasarkan table 5. R-Square diatas dapat dilihat nilai *R square* sebesar 0,713 atau 71,3%. Menunjukkan bahwa pengaruh variable kualitas produk (X_1), dan harga (X_2) terhadap minat beli (Y) sebesar 71,3% dan sisanya 28,7% dipengaruhi oleh variable lain. Artinya, bahwa variable yang dipilih dalam penelitian ini cukup baik.

Uji T

Table 6. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,365	1,125		1,213	0,229
	kualitas produk	0,748	0,094	0,706	7,923	0,000
	harga	0,177	0,092	0,171	1,923	0,058
a. Dependent Variable: minat beli						

Berdasarkan table 6. Uji T diatas menunjukkan untuk nilai signifikan pada pengaruh variabel kualitas produk (X_1) terhadap minat beli (Y) sebesar $0,000 < 0,005$ dan nilai $t_{hitung} 7,923 > t_{table} 1,987$ sehingga dapat disimpulkan bahwa H_1 diterima atau H_0 ditolak yakni terdapat pengaruh kualitas produk (X_1) terhadap minat beli (Y). Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) memiliki pengaruh terhadap minat beli (Y), artinya jika kualitas produk baik sesuai dengan yang diharapkan konsumen maka, dapat meningkatkan minat beli konsumen yaitu sebesar 0,748 atau 74,8%. Hasil ini selaras dan sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Dedi Joko Hermawan (2021) dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki pengaruh terhadap minat beli.

Nilai signifikan untuk pengaruh variable harga (X_2) terhadap minat beli (Y) yaitu sebesar $0.058 > 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 1,923 < t_{table} 1,987$. Maka, dapat disimpulkan bahwa hanya sedikit variabel pengaruh harga (X_2) terhadap minat beli (Y) yakni sebesar 0,177 atau 17,7%. Kofisien bernilai negative (<50%) maka, dapat dinyatakan bahwa H_1 ditolak atau H_0 diterima. Dari hasil diatas dapat disimpulkan bahwa variable harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Hal ini dapat terjadi karena kebutuhan akan suatu produk yang mendesak ataupun produk yang diinginkan sulit untuk didapatkan sehingga harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli. Hasil ini relevan dengan penelitian Anisa Wahyuni, Trio Handoko dan Zandra Dwanita Widido (2022) dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh negatif terhadap minat beli.

Uji F

Table 7. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80,019	2	40,010	106,839	.000 ^b
	Residual	32,206	86	0,374		
	Total	112,225	88			
a. Dependent Variable: minat beli						
b. Predictors: (Constant), harga, kualitas produk						

Berdasarkan table 7. Uji f diatas menunjkan nilai signifikan untuk pengaruh kualitas produk (X_1) dan harga (X_2) secara silmutan terhadap minat beli (Y) yaitu sebesar $0.000 < 0,05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara silmutan kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau. Hasil ini selaras dan sejalan dengan penelitian Ernawati Harita (2020) dalam penelitian tersebut menunjukkan harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan secara silmutan terhadap minat beli.

Table 8. Korelasi

Correlations

		kualitas produk	harga	minat beli
kualitas produk	Pearson Correlation	1	.762**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	89	89	89
harga	Pearson Correlation	.762**	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	89	89	89
minat beli	Pearson Correlation	.837**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	89	89	89
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Table 9. Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

(Sumber : Sugiyono, 2016)

Berdasarkan table 8. Korelasi diatas dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk (X_1) dengan harga (X_2) memiliki hubungan positif $<0,05$ dengan nilai sebesar 0,762 menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Variable kualitas produk (X_1) dan minat beli (Y) memiliki hubungan positif $<0,05$ dengan nilai sebesar 0,837 menunjukkan tingkat hubungan yang sangat kuat. Sedangkan variable harga (X_2) dan minat (Y) beli memiliki hubungan positif $<0,05$ atau dengan nilai sebesar 0,710 menunjukkan tingkat hubungan yang kuat. Nilai korelasi semakin mendekati 1 berarti hubungan antar variable semakin kuat begitu pula sebaliknya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa masing-masing variable memiliki hubungan secara signifikan.

SIMPULAN, KETERBATASAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan mengenai analisis kualitas produk dan harga terhadap minat beli produk online pada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli. Kualitas produk merupakan hal penting yang dapat menarik konsumen ketika berbelanja

sehingga dapat berpengaruh terhadap minat beli konsumen. Hal ini berarti semakin baik kualitas produk yang ditawarkan maka, dapat meningkatkan minat beli konsumen.

2. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli. Artinya meskipun harga suatu produk mahal tidak mempengaruhi minat beli. Hal ini dapat terjadi karena kebutuhan akan suatu produk yang mendesak ataupun produk yang diinginkan sulit untuk didapatkan sehingga harga tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli.
3. Secara bersamaan atau silmutan kualitas produk dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap minat beli pada siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau.

Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini yaitu kurangnya tenaga, waktu serta fasilitas penunjang yang digunakan dalam mengumpulkan data responden sehingga dapat menghambat proses penelitian ini.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka saran yang dapat penulis sampaikan yaitu:

1. Bagi konsumen, ketika ingin berbelanja online sebaiknya mencari tahu informasi terlebih dahulu terhadap produk yang diinginkan dan melihat ulasan penilaiin tentang toko tersebut untuk mencegah terjadinya penipuan.
2. Bagi peneliti selanjutnya, untuk dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan atau menggunakan variable bebas lainnya dengan penelitian yang serupa, sehingga dapat menjadi referensi bagi penulis maupun pembaca.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti mengucapkan terima kasih secara khusus kepada Fitria Elvi, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing dalam proses penyelesaian penelitian ini. Dan peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada Siswa/I SMK Keling Kumang Sekadau atas partisipasinya dalam membantu mengisi dan menjawab pertanyaan maupun pernyataan kuisisioner yang disebarakan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, B. (2016) Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta
- Citra, Tamara And Suryono Budi Santoso. 2016."Analisis Pengeruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek (Studi Pada Pencetakan Jaya Grup,Semarang)" Jurnal Studi Manajemen Organisasi 13(1): 67.<https://doi.org/10.147/Jsmo.V13i1.13414>.
- Harita Ernawati. 2020. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Di UD. Rendah Hati Kecamatan Teluk Dalam. Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan. Universitas Nias Raya. P-ISSN 2614-381X E-ISSN :2828-0946.
- Hermawan, Dedi Joko.2021.Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Online.Jakarta:Hurnal Manajemen Strategi Dan Aplikasi Bisnis E-ISSN:2655-237X
- Kotler, Amstrong 2016. Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition.

- Kotler, P Dan Amstrong .2018. Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ketujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, Philip Dan Kevin Lane Keller. (2016) Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid I &2 .Jakarta: PT.Indeks
- MAYASARI DAN PATMAWTI.2019.Pengaruh Ilkan Internet, Selebrity Endorder, Dan Gaya Hidup Tethadap Minat Beli Pada Shopee Di Kota Padang. Padang: Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan.P-ISSN2086-5031, E-ISSN:2615-3300
- Prasetyo, Muhammad Hafidz Dan Hasyim. 2022. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Minat Beli Produk Fashion Secara Online.Tanggerang:Universitas Esal Unggul E-ISSN : 2798-1428 LINK
- Priandari, Risqiyatun Jamilah Agustin, Edy Kusnadi Hamdun Dan Hendra Syahputra. 2023. Analisis Harga Dan Kualitas Pelayanan Yang Mendorong Minat Pembelian Aplikasi Online Shop Pada Mahasiswa Falkutas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdulrrachman Saleh Situbondo Dengan Kepercayaan Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Mahasisw Entrepreneur (JME)*. FEB UNARS. VOL. 2 (8) : 1862-1878.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R & D. Bandung, Alfabeta.
- Wahyuni Anisa, Trio Handoko Dan Zandra Dwanita Widodo. (2022) Pengaruh Minat Beli Masyarakat Terhadap Diskon Shopee, Kualitas Produk, Dan Harga Bagi Pengguna Shopee. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan* *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Administrasi Dan Pelayanan Public*. Universitas Bina Tarun Gorontalo. Volume IX Nomor 4
- Yunus, H Kusnadi, E Praja Y. 2022. Pengaruh Ekperiential Marjeting Dan Trus Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu As Telkomsel Pada Mahasiswa Falkutas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Abdulrrachman Salah Situbondo Dengan Minat Beli Sebagai Variable Intervening. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*. FWB UNARS. Volum 1(6):1288-1302.