

## PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK DELIWafa TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SURABAYA SELATAN

Yunita Diah Ayu Anggraini<sup>1</sup>, Iswati<sup>2</sup>

STIE IBMT Surabaya

[yunitadiyah05@gmail.com](mailto:yunitadiyah05@gmail.com)<sup>1</sup>, [iswativirgin@gmail.com](mailto:iswativirgin@gmail.com)<sup>2</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih lanjut Pengaruh harga dan kualitas produk Deliwafa terhadap keputusan pembelian konsumen di Surabaya Selatan, sesuai dengan pokok permasalahan yang diambil pengaruh harga dan kualitas produk deliwafa, yang melatarbelakangi penelitian ini diambil adalah banyak mahasiswa atau masyarakat umum menengah di Surabaya yang gemar membeli produk dengan kualitas yang bagus, dan harga sesuai di kantong, sehingga banyak masyarakat yang tertarik membeli di toko Deliwafa. Meskipun demikian, tidak sedikit kualitas produk Deliwafa yang awet jangka panjang. Namun begitu, banyak masyarakat yang tetap senang membeli ulang produk Deliwafa karena harga yang murah dan mudah di jangkau. Sehingga penulis tertarik melakukan penelitian tentang pengaruh harga, kualitas produk, terhadap keputusan pembelian Konsumen di Surabaya Selatan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang dimana bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antar variabel yang akan diteliti, dan penelitian ini diperoleh dengan penyebaran kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pemakai produk Deliwafa yang ada di Kota Surabaya Selatan dan sampel yang di peroleh dengan berjumlah 60 sampel dari hasil 12 indikator yang digunakan. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Deliwafa di Surabaya Selatan. Kualitas produk berpengaruh positif terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Deliwafa di Surabaya Selatan. Harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian konsumen pada produk Deliwafa di Surabaya Selatan.

**Kata kunci:** harga, kualitas produk, keputusan pembelian

### ABSTRACT

*This research aims to find out more about the influence of the price and quality of Deliwafa products on consumer purchasing decisions in South Surabaya, in accordance with the main problem taken, the influence of price and quality of Deliwafa products. like to buy products with good quality, and prices that fit their pockets, so many people are interested in buying at the Deliwafa shop. However, there are quite a few Deliwafa product qualities that are long-lasting. However, many people still like to buy Deliwafa products again because the prices are cheap and easy to reach. So the author is interested in conducting research on the influence of price and product quality on consumer purchasing decisions in South Surabaya. The method used in this research is a quantitative method which aims to find out how big the influence is between the variables to be studied, and this research was obtained by distributing questionnaires. The population in this study were users of Deliwafa products in South Surabaya City and the samples obtained were 60 samples from the results of the 12 indicators used. The technique used is purposive sampling. The results of the research show that price has a positive effect on consumer purchasing decisions for Deliwafa products in South Surabaya. Product quality has a positive effect on consumer purchasing decisions for Deliwafa products in South Surabaya. Price and product quality simultaneously influence consumer purchasing decisions for Deliwafa products in South Surabaya.*

**Keywords:** price, product quality, purchasing decisions

### PENDAHULUAN

Perkembangan arus globalisasi yang semakin meluas memberikan banyak perubahan-perubahan terhadap budaya dan gaya hidup manusia. Salah satu perubahan tersebut ditandai dengan perubahan gaya berpakaian dari seseorang. Perubahan gaya *fashion* adalah situasi yang terus berkembang dalam dunia *fashion*. Setiap tahun tren dan gaya dalam berpakaian berubah secara signifikan, mencerminkan bahwa kemajuan teknologi, budaya, dan pergeseran sosial.

Baik bisnis fashion besar maupun kecil telah tumbuh dengan kecepatan yang luar biasa dalam beberapa tahun terakhir. Dengan jumlah saat ini sebanyak 64,2 juta jiwa, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) menyumbang 61,07% terhadap PDB (Produk Domestik Bruto), menurut data dari Departemen Koperasi dan UMKM. Diikuti oleh tren yang telah menjadi bagian terhubung dari kehidupan modern, *fashion* dianggap sebagai elemen penting dalam meningkatkan penampilan seseorang. Akibatnya, persepsi ini mendorong masyarakat untuk tidak hanya mengikuti tren yang ada, tetapi juga menjadikannya sebagai kebutuhan yang tidak terhindarkan dalam gaya hidup modern. Selain berfungsi sebagai penutup tubuh, fashion juga memiliki peran penting dalam menyampaikan identitas diri seseorang.

Sekarang ini bisa dilihat banyaknya para *brand* baru yang bermunculan dalam industry *fashion* dan menjadi tantangan yang luar biasa bagi pelaku bisnis untuk memegang erat bisnis tersebut. Bagi para pemilik usaha, saat ini adalah kesempatan emas untuk menunjukkan seberapa kreatif strategi yang mereka miliki. Seperti Deliwafa yang merupakan brand baru dari tahun 2021.

Setelah diamati, banyak mahasiswi atau masyarakat umum menengah di Surabaya yang gemar membeli produk dengan kualitas yang bagus, dan harga sesuai di kantong, sehingga banyak masyarakat yang tertarik membeli di toko Deliwafa. Meskipun demikian, tidak sedikit kualitas produk Deliwafa yang awet jangka panjang. Namun begitu, banyak masyarakat yang tetap senang membeli ulang produk Deliwafa karena harga yang murah dan mudah di jangkau. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk mengatehui hal apa saja yang menjadi daya tarik konsumen hingga mampu bertahan dunia bisnis hingga sekarang. Ada dua faktor yang dapat mempengaruhi berhasil tidaknya suatu produk di pasar konsumen, yaitu harga dan kualitas produk. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Deliwafa Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Surabaya Selatan**”.

## METODE PENELITIAN

Desain penelitian kuantitatif digunakan dalam penelitian ini. Ideologi positivis menjadi dasar penelitian kuantitatif, menurut Sugiyono (2020:16) untuk mempelajari sekelompok orang tertentu. Data dikumpulkan dengan menggunakan instrumen penelitian dan dianalisis secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen pada toko Deliwafa Surabaya Selatan yang belum diketahui jumlahnya, karena sampel belum diketahui jumlahnya maka peneliti menggunakan rumus sampel minimum yang jumlah indikator dikalikan lima dan maksimal sepuluh dikalikan dengan jumlah indikator. Dalam penelitian ini indikator yang dipakai sebanyak 12 indikator sehingga rumus yang digunakan sebagai berikut:

Rumus:

Sampel Minimum :  $5 \times 12 = 60$

Sampel Maximum :  $10 \times 12 = 120$

Dengan mengacu pada perhitungan diatas maka jumlah sampel minimumnya adalah 60 sampel dan jumlah maksimum sampelnya 120. Sehingga jumlah sampel yang akan dikumpulkan peneliti yaitu sampel minimum sebanyak 60 responden.

**HASIL DAN PEMBAHASAN****Uji Instrumen****Uji Validitas****Tabel 1 Uji Validitas Harga (X1)**

Butir pernyataan	r hitung	r tabel	Signifikan	Keterangan
X1.1	0,744	0,254	0,05	VALID
X1.2	0,754	0,254	0,05	VALID
X1.3	0,726	0,254	0,05	VALID
X1.4	0,754	0,254	0,05	VALID
X1.5	0,769	0,254	0,05	VALID
X1.6	0,401	0,254	0,05	VALID

Sumber : data diolah peneliti, 2024

**Tabel 2 Uji Validitas Kualitas Produk (X2)**

Butir pernyataan	r hitung	r tabel	signifikan	Keterangan
X2.1	0,669	0,254	0,05	VALID
X2.2	0,411	0,254	0,05	VALID
X2.3	0,553	0,254	0,05	VALID
X2.4	0,470	0,254	0,05	VALID
X2.5	0,438	0,254	0,05	VALID
X2.6	0,591	0,254	0,05	VALID
X2.7	0,448	0,254	0,05	VALID
X2.8	0,398	0,254	0,05	VALID
X2.9	0,386	0,254	0,05	VALID
X2.10	0,454	0,254	0,05	VALID

Sumber : data diolah peneliti, 2024

**Tabel 3 Uji Validitas Kualitas Produk (Y)**

Butir pernyataan	r hitung	r tabel	signifikan	Keterangan
Y.1	0,810	0,254	0,05	VALID
Y.2	0,747	0,254	0,05	VALID
Y.3	0,890	0,254	0,05	VALID
Y.4	0,825	0,254	0,05	VALID
Y.5	0,680	0,254	0,05	VALID
Y.6	0,869	0,254	0,05	VALID
Y.7	0,882	0,254	0,05	VALID
Y.8	0,663	0,254	0,05	VALID

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan dari tabel-tabel diatas, hasil uji validitas dari semua pertanyaan kuesioner penelitian menunjukkan jika nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan valid dan sesuai.

## Uji Reliabilitas

Tabel 4 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Signifikan	Keterangan
Harga (X1)	0,717	0,60	RELIABEL
Kualitas Produk (X2)	0,922	0,60	RELIABEL
Keputusan Pembelian (Y)	0,917	0,60	RELIABEL

Sumber : data diolah peneliti, 2024

Berdasarkan dari tabel 4 diatas dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan kuesioner penelitian reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60.

## Uji Asumsi Klasik

## Uji Normalitas

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

## One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.98915123
Most Extreme Differences	Absolute	.139
	Positive	.139
	Negative	-.099
Kolmogorov-Smirnov Z		1.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.194

Berdasarkan dari **tabel 5** diatas, bahwa uji normalitas Kolmogorov-Smirnov telah diketahui nilai signifikansi 0,194 lebih besar dari ( $\geq$ ) 0,05, maka dapat disimpulkan jika nilai uji normalitas terdistribusi normal.

## Uji Multikolinearitas

Tabel 6 Hasil Uji Multikolinearitas  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.926	2.008		-.461	.646		
Harga (X1)	.370	.126	.229	2.941	.005	.609	1.642
Kualitas Produk (X2)	.617	.066	.727	9.325	.000	.609	1.642

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari **tabel 6** diatas, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki nilai toleransi 0,609 yang artinya lebih besar dari 0,10 ( $0,609 > 0,10$ ) dan Variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) memiliki nilai VIF sebesar 1,642 lebih kecil dari 10 ( $1,642 < 10$ ) maka dapat ditarik kesimpulan bahwa model regresi bebas dari multikolinearitas.

## Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.926	2.008		-.461	.646		
Harga (X1)	.370	.126	.229	2.941	.005	.609	1.642
Kualitas Produk (X2)	.617	.066	.727	9.325	.000	.609	1.642

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari **tabel 7** diatas dalam kolom yang berwarna, maka perhitungan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -0,926 + 0,370 + 0,617 + \varepsilon$$

Dari hasil rumusan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -0,926 dengan tanda negatif, dapat dinyatakan apabila harga dan kualitas produk sama dengan nol (0) persen, maka keputusan pembelian mengalami penurunan sebesar -0,926.
- Nilai koefisien regresi pada variabel harga (X1) yaitu sebesar 0,370 artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan ini menunjukkan bahwa semakin baik harga produk deliwafa, maka akan meningkat juga keputusan pembelian sebesar 0,370.
- Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,617 artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk Deliwafa, maka akan meningkat juga keputusan pembelian sebesar 0,617.

### Uji Hipotesa Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

**Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.926	2.008		-.461	.646		
Harga (X1)	.370	.126	.229	2.941	.005	.609	1.642
Kualitas Produk (X2)	.617	.066	.727	9.325	.000	.609	1.642

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari **tabel 8** diatas dalam kolom yang berwarna, maka perhitungan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \varepsilon$$

$$Y = -0,926 + 0,370 + 0,617 + \varepsilon$$

Dari hasil rumusan persamaan regresi diatas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar -0,926 dengan tanda negatif, dapat dinyatakan apabila harga dan kualitas produk sama dengan nol (0) persen, maka keputusan pembelian mengalami penurunan sebesar -0,926.
- Nilai koefisien regresi pada variabel harga (X1) yaitu sebesar 0,370 artinya harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan ini menunjukkan bahwa semakin baik harga produk deliwafa, maka akan meningkat juga keputusan pembelian sebesar 0,370.
- Nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X2) sebesar 0,617 artinya kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Dengan ini menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas produk Deliwafa, maka akan meningkat juga keputusan pembelian sebesar 0,617.

### Uji Statistika t

**Tabel 9 Hasil Uji Statistika t  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.926	2.008		-.461	.646		
Harga (X1)	.370	.126	.229	2.941	.005	.609	1.642
Kualitas Produk (X2)	.617	.066	.727	9.325	.000	.609	1.642

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari **tabel 9** diatas dalam kolom yang berwarna, bahwa untuk melihat ttabel dengan rumus  $df = n - k = 60 - 3 = 57$  ( $k = 3$ , karena memiliki 3 variabel dalam penelitian ini), maka didapat t tabel sebesar 2,002 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Pada variabel harga (X1) memiliki t hitung sebesar 2.941 yang dimana lebih besar dari t tabel sebesar 2.002 ( $2.941 > 2.002$ ) atau bisa dilihat juga dari nilai signifikan t pada harga (X1) yaitu 0.005 lebih kecil dari nilai 0.05 ( $0.005 < 0.05$ ). Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel harga (X1) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).
- Pada variabel kualitas produk (X2) memiliki t hitung sebesar 9.325 yang dimana lebih besar dari t tabel sebesar 2.002 ( $9.325 > 2.002$ ) atau bisa dilihat juga dari nilai signifikan t pada kualitas produk (X2) yaitu 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas produk (X2) terhadap variabel keputusan pembelian (Y).

## Uji Statistika f

**Tabel 10 Hasil Uji Statistika f**  
ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	873.803	2	436.902	106.677	.000 <sup>a</sup>
	Residual	233.447	57	4.096		
	Total	1107.250	59			

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk (X2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan dari **tabel 10** diatas dalam kolom yang berwarna, bahwa untuk melihat ftabel dengan rumus  $df = n - k = 60 - 3 = 57$  ( $k = 3$ , karena memiliki 3 variabel dalam penelitian ini), maka didapat f tabel sebesar 3.159 dengan taraf signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa f hitung sebesar 106.677 yang berarti lebih besar dari 3.159 ( $106.677 > 3.159$ ) atau dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Artinya terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara variabel harga, dan kualitas produk terhadap variabel keputusan pembelian.

## PEMBAHASAN

**Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian pada **tabel 9**, diketahui bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Deliwafa. Hal ini menunjukkan dari angka t hitung sebesar 2.941 dengan nilai signifikan sebesar 0,005. Hasil analisis diatas dapat diartikan bahwa harga yang diberikan pada toko Deiwafa terjangkau sehingga para konsumen melakukan pembelian ulang pada produk Deliwafa.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari Rissa Mustika sari, dan Prihartono (2021) dengan judul “Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survey pelanggan produk sprei Rise)” menunjukkan hasil dari variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Pengaruh Kualitas produk terhadap Keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil pengujian pada **tabel 9**, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk Deliwafa. Hal ini menunjukkan bahwa dari nilai t hitung sebesar 9.325 dengan nilai signifikan sebesar 0.000 dengan taraf signifikan 0.05. hasil analisis tersebut dapat diartikan jika kualitas produk semakin tinggi pada kualitas yang diberikan pada produk Deliwafa maka keputusan pembelian juga mengalami meningkat.

Hal ini sesuai dengan penelitian dari Clara Claudia sidabalok, dan sugiyanto (2023) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Outfitbycimoi” menunjukkan hasil dari variabel kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian pakaian di Outfitbycimoi.

### Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil dari penelitian berupa variabel harga dan kualitas produk Deliwafa secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan pembelian konsumen di Surabaya Selatan. Pada penelitian ini, bisa dilihat pada **tabel 10** diketahui hasil pengolahan uji f diperoleh berupa f hitung sebesar 106.677 dengan nilai signifikan 0.000. Artinya terdapat pengaruh secara signifikan dan positif antara variabel harga, dan kualitas produk Deliwafa terhadap variabel keputusan pembelian konsumen di Surabaya Selatan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Devi Edriani (2021) dengan judul “Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada produk Accu Battery merk G Force di Kecamatan Kuranji Padang”. Dari hasil penelitiannya menunjukkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan berupa variabel persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada produk Accu Battery G.Force di Kecamatan Kuranji Kota Padang.

### KESIMPULAN

Kesimpulan pada penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh harga dan kualitas produk Deliwafa terhadap keputusan pembelian konsumen di Surabaya Selatan. Berdasarkan dari analisis yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Deliwafa, hasil tersebut dilihat dari nilai uji t. berdasarkan hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan nilai  $2.941 > 2.002$  dengan nilai signifikan dari X1 terhadap Y adalah 0.005 lebih kecil dari 0.05 ( $0.005 < 0.05$ ).
2. Variabel kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Deliwafa. Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai uji t. Berdasarkan dari hasil uji t yang telah dilakukan pada variabel kualitas produk (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) diperoleh t hitung lebih besar dari t tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) dengan nilai  $9.325 > 2.002$  dan juga bisa dilihat dari nilai signifikan dari variabel kualitas produk (X2) terhadap Keputusan pembelian (Y) adalah 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).
3. Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada produk Deliwafa. Hasil tersebut dapat dilihat dari nilai uji f. Berdasarkan dari hasil uji f yang telah dilakukan pada variabel harga (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) diperoleh f hitung lebih besar dari f tabel ( $f_{hitung} > f_{tabel}$ ) dengan nilai  $106.677 > 3.159$  dan juga bisa dilihat nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ).

### SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan Kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan diharapkan bisa mempertahankan harga yang terjangkau dan kualitas produk yang tahan lama sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Dengan harga dan kualitas produk yang kompetitif maka akan membuat calon konsumen tertarik untuk membeli produk tersebut.
2. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan bisa meneliti variabel lain yang ingin diamati. Contohnya dengan menambahkan variabel promosi, kualitas layanan, keanekaragaman

produk, suasana toko dan sebagainya sehingga bisa mempengaruhi Keputusan pembelian konsumen. Dengan harapan hasil penelitian selanjutnya bisa dapat lebih baik lagi.

#### DAFTAR PUSTAKA

- AKBAR KURNIAWAN, AHMAD (2021) *PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO DI LAMPUNG*. Strata 1 thesis, Universitas Teknokrat Indonesia.
- Edriani, D. (2021). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ekobistek*, 132-135.
- Firika, N., & Widyastuti, W. (2023). Pengaruh product diversity, store atmosphere, dan lokasi terhadap *repurchase intention* konsumen pada deliwafa store sidoarjo. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(15), 491-502.
- Garment, Weva. (2023) *Perubahan Gaya Berpakaian: Trendsetter, Perkembangan, dan Dampaknya dalam Masyarakat Modern*. <https://wevagarment.com/blog/perubahan-gaya-berpakaian-trendsetter-perkembangan-dan-dampaknya-dalam-masyarakat-modern/>
- Hafizh Muzakki, H. (2021). *PENGARUH BRAND EQUITY, PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SMARTPHONE SAMSUNG (Studi Kasus Pada Konsumen Smartphone Samsung Kelurahan Pematang Pudu Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis)* (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Harahap, P. (2021). *Pengaruh Promosi Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Detertjen Daia Di Kota Batam* (Doctoral dissertation, Prodi Manajemen).
- Hilalludin, T. (2019). *Pengaruh Perhatian Orang Tua Terhadap Kedisiplinan Belajar Peserta Didik Dan Dampaknya Terhadap Hasil Belajar (Survey pada Peserta didik Kelas XI di SMA Negeri 1 Manonjaya)* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).
- Mauldy, I., & Asep, S. (2020). *Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur)*. Pengaruh Retailing Mix Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Alfamart Matraman Raya 3 Jakarta Timur).
- Mendur, M. E., Tawas, H. N., & Arie, F. V. (2021). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan *Atmosfer* Toko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Immanuel Sonder. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 9(3), 1077-1086.
- Murty, D., & Khasanah, I. (2015). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan Merek Pelangi Kemasan 600ml Di Semarang* (Doctoral dissertation, Fakultas Ekonomika dan Bisnis).
- Nofita, D., Nurhajati, N., & Khalikussabir, K. (2024). Pengaruh *Product Completeness, Service Quality, Dan Word Of Mouth* Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Deliwafa Store Malang). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 13(01), 39-46
- Purwidiyantini, Ida Ayu Nyoman, Ni Putu Sri Hartati, and Ida Ayu Mashyuni. "Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata* 3.6 (2023): 1078-1090.
- Purwanto, F. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lipstik Revlon Di Yogyakarta* (Doctoral dissertation, UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA).
- Pratiwi, N. M. I. (2023). Pengaruh Varian Produk Dan Promosi Online Terhadap Minat Beli Pada Keputusan Pembelian. *SOSIALITA*, 2(2), 1463-1470.

- Sari, R. M., & Prihartono, P. (2021). Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 5(3), 1171-1184.
- Sehroh. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHOPEE DI WILAYAH SURABAYA (*Doctoral dissertation*, STIE IBMT Surabaya).
- Sidabalok, C. C., & Sugiyanto, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Outfitbycimoi. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 9(25), 209-226.
- Soetanto, J. P., Septina, F., & Febry, T. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Amondeu. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(1), 63-71.
- Sumiati, S., & Mujanah, S. (2018). Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tas Sophie Paris pada Mahasiswa. *AMAR (Andalas Management Review)*, 2(2), 1-10.
- Sitepu, C. N. B., & Sembiring, M. (2022). ANALISIS KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. *Jurnal Regionomic*, 4(1), 29-34.
- Siregar, H. F. A., & Sampurna, D. S. (2020). Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen di Indomaret Sentul Jaya V Harapan Jaya)/*Analysis Of The Influence Of Store Atmosphere, Location, And Product Diversity On Purchase Decisions (Case Study On Consumers At Indomaret Sentul Jaya V Harapan Jaya)*. Analisis Pengaruh *Store Atmosphere*, Lokasi, Dan Keanekaragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen di Indomaret Sentul Jaya V Harapan Jaya).
- WIDJAJA, M. (2021). PENGARUH HARGA DAN CITRA MEREK (BRAND IMAGE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TABLET PINTAR ANAK OLIVE EDU TAB/MARCO WIDJAJA/22189007/Brastoro.
- Wikipedia. (2023) Deliwafa adalah salah satu [perusahaan](#) [garmen](#) di [surabaya](#). <https://id.wikipedia.org/wiki/Deliwafa> (diakses 21 februari)