

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

PENGARUH DIFERENSIASI PRODUK, DIVERSIFIKASI PRODUK, PENETAPAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PT. KARYA ALAM SUKSES

¹Vannessa, ²Errie Margery, ³Mila Asmawiani Okta

^{1,2,3}STIE Professional Manajemen College Indonesia,

¹ vannessa.liau@gmail.com, ² erriemargery@gmail.com, ³ meelha82@gmail.com

* erriemargery@gmail.com

Abstrak: Dalam lingkungan bisnis semakin kompetitif, keputusan pembelian produk menjadi hal yang krusial bagi keberhasilan suatu perusahaan. Pada saat ini, banyak perusahaan dituntut untuk berinovasi agar tetap kompetitif. Dengan semakin banyaknya pilihan produk yang tersedia di pasar yang kompetitif, keputusan pembelian konsumen menjadi semakin kompleks. Oleh karena itu, perusahaan perlu mengembangkan strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh diferensiasi produk, diversifikasi produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada PT. Karya Alam Sukses. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi kuesioner, dokumentasi dan telaah pustaka. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang telah melakukan pembelian pada PT Karya Alam Sukses. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data tahun 2023, dengan jumlah konsumen sebanyak 85. Sampel sebanyak 85 konsumen yang dipilih dengan menggunakan teknik sampling jenuh. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial diferensiasi produk berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, diversifikasi produk berpengaruh negatif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian, dan harga berpengaruh positif namun tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun secara simultan diferensiasi produk, diversifikasi produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian

Kata Kunci: Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Harga, Keputusan Pembelian

Abstrak: In an increasingly competitive business environment, product purchasing decisions are crucial to a company's success. In this moment, many companies are required to continuously innovate to remain competitive. With the growing number of product options available in the competitive market, consumer purchasing decisions become more complex. Therefore, companies need to develop strategies to meet consumers' needs and desires. The aim of this research is to identify and analyze the influence of Product Differentiation, Product Diversification, and Pricing on Consumer Purchase Decisions at PT. Karya Alam Sukses. The data collection techniques used in this research include questionnaires, documentation, and literature review. This research employs both qualitative and quantitative methods. The population in this research consists of consumers whose business licenses are in the form of a limited liability company (PT). The data used in this research are from the year 2023, involving 85 consumers. The sample consists of 85 consumers selected using a saturated sampling technique. The data analysis technique applied in this research is multiple regression analysis. The results of this research indicate that, partially, product differentiation has a positive but insignificant effect on purchasing decisions, product diversification has a negative but insignificant effect on purchasing decisions, and pricing has a positive but insignificant effect on purchasing decisions. However, simultaneously, product differentiation, product diversification, and pricing have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword: Product Differentiation, Product Diversification, Pricing, Purchase Decisions.

1. PENDAHULUAN

Dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, keputusan pembelian produk sangat penting bagi kesuksesan suatu perusahaan. Saat ini, beberapa perusahaan dituntut untuk terus berinovasi agar tetap kompetitif. Semakin banyaknya pilihan produk yang tersedia di pasar pesaing, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin kompleks. Dengan begitu, perusahaan perlu mengembangkan strategi untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen. PT. Karya Alam Sukses merupakan perusahaan yang bergerak di bidang produksi

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

pupuk. PT. Karya Alam Sukses berdiri sejak tahun 2011 sampai sekarang. PT. Karya Alam Sukses berlokasi di Jalan Namorambe Desa No. 15, Batu Penjemuran, Kecamatan. Namorambe, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Adapun masalah yang dihadapi oleh PT. Karya Alam Sukses adalah diferensiasi produk, diversifikasi produk, penetapan harga dan keputusan pembelian konsumen.

Diferensiasi produk adalah usaha untuk membuat produk yang berbeda dengan menambahkan fitur-fitur khusus. Hal ini membedakan produk perusahaan dengan produk pesaing (Rahmatulloh, Pardiman dan Dianawati, 2023). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hurin dan Sofi (2023), bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Taringan, Lopian dan Tampenawas (2022), bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi pada PT. Karya Alam Sukses mengenai diferensiasi produk adalah adanya kesamaan jenis produk pupuk “Dolomite Padat Tepung” pada PT. Karya Alam Sukses dengan produk kompetitor lainnya.

Diversifikasi produk adalah perusahaan merancang berbagai jenis produk sebagai hasil perkembangan dari produk sebelumnya. Pada proses berjalan, perusahaan melebarkan variasi produk (Siska dan Safri, 2024). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Badaru, Niode dan Juanna (2024) bahwa diversifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Prahasti, Robustin dan Fauziah (2022) bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif tetapi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi pada PT. Karya Alam Sukses mengenai diversifikasi produk adalah PT. Karya Alam Sukses hanya memiliki produk dolomite padat tepung yang fungsinya untuk meningkatkan pH tanah dan tidak menjual berbagai jenis pupuk.

Penetapan harga adalah suatu proses yang dapat berubah dengan cepat sebagai bentuk respons terhadap persaingan. Ketika pesaing mengubah harga dengan cepat, maka perusahaan juga mengambil keputusan dengan cepat untuk menanggapi perubahan tersebut (Eza, Satya dan Suryawardana, 2022). Hal ini sejalan dengan penelitian Hulima, Soepono dan Tielung (2021) bahwa penetapan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Wahyudi dan Tahwin (2024) bahwa penetapan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi pada PT. Karya Alam Sukses mengenai penetapan harga adalah PT. Karya Alam Sukses kurang fleksibel dalam menetapkan harga.

Keputusan pembelian adalah fase evaluasi yang dilakukan oleh pembeli untuk membuat daftar peringkat barang pada pilihan produk. Tahap evaluasi ini akan menciptakan hasrat untuk membeli produk yang paling disukai dan diinginkan (Onassis, Utama dan Sutarno, 2024). Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Hurin dan Sofi (2023) bahwa diferensiasi produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Taringan, Lopian dan Tampenawas (2022) bahwa diferensiasi produk berpengaruh positif tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian Badaru, Niode dan Juanna (2024) bahwa diversifikasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Prahasti, Robustin dan Fauziah (2022) bahwa diversifikasi produk berpengaruh positif tetapi tidak terdapat pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian Hulima, Soepono dan Tielung (2021) bahwa penetapan harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, tetapi tidak sejalan dengan penelitian Wahyudi dan Tahwin (2024) bahwa penetapan harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Fenomena yang terjadi pada PT.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

Karya Alam Sukses mengenai keputusan pembelian adalah sebagian besar konsumen tidak menempatkan produk pupuk PT. Karya Alam Sukses sebagai prioritas utama dalam membeli pupuk. Dengan demikian konsumen lebih memilih pupuk kompetitor dibandingkan dengan pupuk PT. Karya Alam Sukses.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

2. METODE PENELITIAN

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi yang menjadi objek penelitian ini adalah perusahaan PT. Karya Alam Sukses berlokasi di Jalan Namorambe Desa No. 15, Batu Penjemuran, Kecamatan Namorambe, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara. Penelitian ini dimulai pada November 2024 sampai dengan Januari 2025.

Populasi dan Sampel

Menurut Rasyid (2022) menyebutkan bahwa, Populasi adalah sekumpulan elemen atau kasus, termasuk individu, objek, kejadian atau peristiwa yang memiliki kriteria tertentu

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang izin usaha dagangnya berbentuk PT. Data yang digunakan adalah tahun 2023 sebanyak 85 konsumen.

Menurut Santoso dan Madiistriyatno, (2021) menyebutkan bahwa, Sampel adalah bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu yang akan dianalisis.

Menurut Lubis (2021), Sampel jenuh adalah metode pengambilan sampel yang melibatkan seluruh anggota populasi menjadi sampel. Penulis menggunakan teknik pengambilan sampel jenuh yang populasi sama dengan sampel yaitu sebanyak 85 konsumen.

Teknik Pengumpulan Data

Menurut Hikmawati (2020) menyebutkan bahwa, Kuesioner atau Angket merupakan teknik pengumpulan data dengan memberikan sejumlah pertanyaan yang akan dijawab oleh responden dalam bentuk tertulis.

Menurut Rahmawati (2022), Skala Likert umumnya digunakan untuk menilai sikap, pendapat, dan persepsi individu terhadap berbagai fenomena sosial. Skala ini terdiri dari sejumlah pertanyaan dengan kategori respons yang menggambarkan tingkat persetujuan atau tidak setuju. Pernyataan yang disajikan bisa berupa positif maupun negatif, dan skor dari setiap pernyataan dijumlahkan untuk menghasilkan nilai total. Biasanya, skala Likert disusun dalam lima tingkatan, di mana setiap angka pada skala diberi label.

Penulis mendistribusikan kuesioner mengenai Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Karya Alam Sukses kepada 85 responden melalui *google form* dalam bentuk pernyataan dengan menggunakan skala Likert .

Menurut Hikmawati (2020), Dokumentasi merupakan pencatatan mengenai peristiwa yang telah terjadi. Dokumentasi dapat berupa tulisan, gambar atau karya-karya penting. Penulis menggunakan data dokumentasi dari PT. Karya Alam Sukses. Data yang diperoleh berupa latar belakang perusahaan, data penjualan perusahaan, sejarah singkat perusahaan, visi dan misi perusahaan serta struktur organisasi perusahaan.

Menurut Veronica, dkk., (2022), Studi pustaka berperan penting dalam memperkuat latar belakang penelitian, serta memberikan kesempatan untuk memahami penelitian-penelitian sebelumnya, yang pada gilirannya dapat menghasilkan penelitian yang lebih baru. Penulis menggunakan tinjauan pustaka yang bersumber dari *e-books*, buku dan *e-journals* yang membahas tentang diferensiasi produk, diversifikasi produk, penetapan harga dan keputusan pembelian.

Jenis dan Sumber Data

Menurut Sahir (2021), Metode kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap fenomena melalui sudut pandang individu. Penulis menggunakan metode kualitatif berupa kuesioner yang dibagikan kepada responden mengenai sudut pandang responden tentang diferensiasi produk, diversifikasi produk, penetapan harga terhadap keputusan pembelian konsumen PT. Karya Alam Sukses.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

Peneliti menggunakan metode kuantitatif berupa hasil responden mengenai Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Karya Alam Sukses yang telah dikumpulkan dan hasil responden tersebut akan diolah menggunakan SPSS27 (Statistical Program for Social Science).

Menurut Veronica, dkk., (2022), ada 2 sumber data dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder. Penulis mendapatkan data primer secara langsung dari responden. Data tersebut berupa kuesioner yang dibagikan kepada 85 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk pupuk dari PT. Karya Alam Sukses. Penulis menggunakan data sekunder berupa *e-books*, *e-journals* dan buku yang berkaitan dengan diferensiasi produk, diversifikasi produk, penetapan harga dan keputusan pembelian.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	17.988	5.600		3.212	.002		
	Diferensiasi_Produk	.377	.148	.260	2.544	.013	.996	1.004
	Diversifikasi_Produk	-.326	.172	-.195	-1.895	.062	.985	1.016
	Penetapan_Harga	.253	.138	.189	1.834	.070	.981	1.019

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 1. di atas, maka persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 17.988. apabila diferensiasi produk dan penetapan harga tidak mengalami peningkatan, maka Keputusan Pembelian sebesar 17.988 satuan.
2. Koefisien Regresi Diferensiasi Produk sebesar 0.377. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan dari variabel diferensiasi produk, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.377 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
3. Koefisien Regresi Diversifikasi Produk sebesar – 0.326. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan dari variabel diversifikasi Produk, maka keputusan pembelian akan menurun sebesar – 0.326 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.
4. Koefisien Regresi Penetapan Harga sebesar 0.253. Setiap terjadi peningkatan sebesar satu satuan dari variabel penetapan harga, maka keputusan pembelian akan meningkat sebesar 0.253 satuan dengan anggapan variabel lainnya tetap.

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Tabel 2. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.988	5.600		3.212	.002
	Diferensiasi_Produk	.377	.148	.260	2.544	.013
	Diversifikasi_Produk	-.326	.172	-.195	-1.895	.062
	Penetapan_Harga	.253	.138	.189	1.834	.070

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Berdasarkan Tabel 2. menunjukkan bahwa nilai ttabel pada derajat kebebasan $df = n - k$, maka $df = 85 - 4 = 81$ sebesar 1.989. Hasil uji t dapat dijelaskan di bawah ini :

1. Dari hasil perhitungan hipotesis secara parsial, variabel diferensiasi produk memperoleh nilai thitung $2.544 > ttabel 1.989$ dengan sig $0.13 > 0.05$. Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, diferensiasi produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (H_1 diterima, H_0 ditolak).

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

2. Dari hasil perhitungan hipotesis secara parsial, variabel diversifikasi produk memperoleh nilai thitung $-1.895 < t_{tabel} 1.989$ dengan sig $0.62 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, diversifikasi produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (H2 ditolak, H0 diterima).
3. Dari hasil perhitungan hipotesis secara parsial, variabel penetapan harga memperoleh nilai thitung $1.834 < t_{tabel} 1.989$ dengan sig $0.70 > 0.05$ Maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial, penetapan harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (H3 ditolak, H0 diterima).

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

Uji Hipotesis secara Parsial (Uji t)

Tabel 3. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	72.395	3	24.132	5.023	.003 ^b
	Residual	389.181	81	4.805		
	Total	461.576	84			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian
 b. Predictors: (Constant), Penetapan_Harga, Diferensiasi_Produk, Diversifikasi_Produk

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Tabel 3. menunjukkan bahwa taraf signifikan yang digunakan yaitu 0.05 dengan derajat kebebasan pertama = k-1, maka 4-1 = 3 dan derajat kebebasan kedua = 85-4 = 81 adalah 2.72. Hasil perhitungan pada Fhitung 5.023 > Ftabel 2.72 dengan sig 0.03 < 0.05 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel diferensiasi produk, diversifikasi produk dan penetapan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (H4 diterima, H0 ditolak).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.396 ^a	.157	.126	2.192

a. Predictors: (Constant), Penetapan_Harga, Diferensiasi_Produk, Diversifikasi_Produk

Sumber : Hasil Penelitian, 2024 (Data Diolah)

Pada Tabel 4. Adjusted R Square sebesar 0.126 yang artinya diferensiasi produk, diversifikasi produk dan penetapan harga dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 12.6% dan sisanya 87.4% (100-12.6) dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini seperti : kualitas produk, ketersediaan produk dan persepsi harga dan sebagainya.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang dilakukan, maka kesimpulan yang diperoleh yaitu:

1. Diferensiasi Produk berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Karya Alam Sukses.
2. Diversifikasi Produk berpengaruh negatif tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Karya Alam Sukses.
3. Penetapan Harga tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen PT. Karya Alam Sukses.
4. Diferensiasi Produk, Diversifikasi Produk, Penetapan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian PT. Karya Alam Sukses.

5. UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada Ketua Program Studi Manajemen STIE Professional Manajemen College Indonesia yang telah memberikan dukungan untuk mengembangkan penelitian ini sehingga dapat dipublikasikan dalam bentuk jurnal dan terima kasih kepada Dosen pembimbing I dan Dosen pembimbing II atas arahan serta masukan yang berharga pada penelitian ini.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

6. REFERENSI

Buku

- Hikmawati, Fenti. 2020. *Metodologi Penelitian*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada.
- Rahmawati. 2022. *Apa Saja Variabel Penelitian dalam Bidang Marketing?* Samarinda: Mulawarman University PRESS.
- Rasyid, Fathor. 2022. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Kediri: IAIN Kediri Press.
- Ria. 2023. *Akuntansi Manajerial Pengambilan Keputusan Berbasis Data*. Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media
- Sahir, Syafrida Hafni. 2021. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Penerbit KBM Indonesia .
- Santoso, Imam, dan Harries Madiistriyatno. 2021. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Tangerang: Indigo Media.
- Veronica, Aries, Ernawati, Rasdiana, Muhammad Abas, dan Yusriani. 2022. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Padang: PT. Global Eksekutif Teknologi.

Jurnal

- Badaru, Defrianto, Idris Yanto Niode, dan Andi Juanna. 2024. "Pengaruh Diversifikasi Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Konsumen di Mixue Kota Gorontalo)." *Jurnal Penelitian dan Pengkajian Ilmiah*.
- Eza, Arfian Mahendra, Irma Satya, dan Edy Suryawardana. 2022. "Pengaruh Kualitas Produk dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Toko Deva Elektronik)." *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi*.
- Hulima, Jihan Shafira Prameswari, Djurwati Soepono, dan Maria V.J Tielung. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Penetapan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Wardah di Kota Manado." *Jurnal EMBA*.
- Hurin, dan Sofi. 2023. "Pengaruh Diferensiasi Produk dan Positioning terhadap Keputusan Pembelian Hp Samsung di Kota Banyuwangi." *Jurnal Mirai Management*.
- Onassis, Sherla , Tasik Utama, dan Sutarno. 2024. "Pengaruh Customer Relationship Management (CRM) terhadap Keputusan Pembelian." *Journal of Trends Economics and Accounting Research*.
- Prahasti, Estu Niken, Tri Palupi Robustin, dan Anisatul Fauziah. 2022. "Pengaruh Diferensiasi, Diversifikasi dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral (Studi Kasus Konsumen Le Mineral di Kecamatan Sukodono Kabupaten Lumanjang)." *Journal of Organization and Business Management*.

Link Journal: <https://ejournal.ibbi.ac.id/index.php/SB/index>

Rahmatulloh, Rizal, Pardiman, dan Eris Dianawati. 2023. “Pengaruh Digitalisasi Marketing, Brand Image dan Diferensiasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger.” *e-Jurnal Riset Manajemen*.

Siska, Jean, dan Indra Safri. 2024, “Pengaruh Diversifikasi Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Minimarket Aurel Pematang Reba.” *Jurnal Administrasi Bisnis dan Ilmu Sosial* .

Tarigan, Lapian, dan Tampenawas. 2022.“Pengaruh Diferensiasi Produk, Harga dan Fasilitas terhadap Keputusan Pembelian pada Cafe Saroha di Kota Manado.” *Jurnal EMBA*.

Wahyudi, Ridho, dan Muhammad Tahwin. 2024. “Pengaruh Promosi, Penetapan Harga dan Distribusi terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Produk Mie Instan Indomiedia Karang Jahe Beach Rembang).” *Journal of Economic, Business and Engineering*.