

202110160311035  
Misbah Hul Rachman Sialana  
Prodi Manajemen

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN TAS BODYPACK DI KOTA MALANG)**

**SKRIPSI**



**Dosen Pembimbing:**

Dr. Marsudi, M.M

Luqman Dzul Hilmi, S.E, M.BA

**Oleh:**

Misbah Hul Rachman Sialana

202110160311035

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2026**

## LEMBAR PERSETUJUAN

### SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI PADA KONSUMEN TAS BODYPACK DI KOTA MALANG)**

Oleh:

**Misbah Hul Rachman Sialana**

**202110160311035**

Malang, 6 April 2026

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

  
Dr. Marsudi, M.M

Pembimbing II

  
Luqman Dzul Hilmi, S.E, M.BA

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang)

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Misbah Hul Rachman Sialana  
NIM : 202110160311035  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 11 April 2026 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

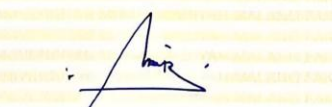
Pembimbing I : Dr. Marsudi, M.M.  
Pembimbing II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.  
Penguji I : Dr. Eko Handayanto, M.M.  
Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

  
M. Gede Yudianto, S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

  
Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

202110160311035  
Misbah Hul Rachman Sialana  
Prodi Manajemen

## SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang)

Oleh :

Misbah Hul Rachman Sialana  
202110160311035

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 11 April 2026



Pembimbing I,

Dr. Marsudi, M.M.

Pembimbing II,

Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Dr. D. Wahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Ketua Program Studi,

Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Misbah Hul Rachman Sialana  
NIM : 202110160311035  
Program Studi : Manajemen  
E-mail : [misbahulrachman@gmail.com](mailto:misbahulrachman@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya oranglain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat oranglain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataanini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 6 April 2026

Yang membuat pernyataan,



Misbah Hul Rachman Sialana  
202110160311035

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang)**

**Misbah Hul Rachman Sialana, Marsudi, Luqman Dzul Hilmi**

*Management Study Program*

*Faculty Of Economic and Business*

*University Muhammadiyah Malang*

*Jl Raya Tlogomas No. 246 Malang*

*Corresponding E-mail: [misbahulrachman@gmail.com](mailto:misbahulrachman@gmail.com)*

**ABSTRACT**

*This study aims to examine and analyze the effect of product quality and price on customer satisfaction with purchase decisions as a mediating variable among Bodypack bag consumers in Malang City. The object of this reaserch is consumers who have purchased and used Bodypack products at least once in the last nine months (January – September). The data collection technique used non-probability sampling with a purposive sampling method involving 100 respondents. Data were collected through questionnaires using a likert scale. This study employed a quantitative approach using Structural Equation Modeling based on Partial least Squares (SEM-PLS) with SmartPLS 4.1.1.2 software. The results indicate that 1) Product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. 2) Price has a positive and significant effect on customer satisfaction. 3) Purchase decisions have a positive and significant effect on customer satisfaction. 4) Product quality has a positive and significant effect on purchase decisions. 5) Price has a positive and significant effect on purchase decisions. 6) Purchase decisions mediate the effect of product quality on customer satisfaction. 7) Purchase decisions mediate the effect of price on customer satisfaction.*

**Keywords**— *Bodypack; Customer satisfaction; Product quality; Price; Purchase decisions*

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DIMEDIASI KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**(Studi Pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang)**

**Misbah Hul Rachman Sialana, Marsudi, Luqman Dzul Hilmi**

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Malang

Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen dimediasi keputusan pembelian pada konsumen tas Bodypack di Kota Malang. Objek penelitian ini adalah konsumen yang pernah membeli dan menggunakan produk Bodypack minimal satu kali dalam sembilan bulan terakhir (Januari – September). Teknik pengumpulan data menggunakan Teknik *non-probability sampling* dengan metode *purposive sampling* terhadap 100 responden. Teknik pengumpulan data melalui kuesioner dengan skala Likert, sedangkan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif menggunakan metode *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) menggunakan perangkat lunak smartPLS 4.1.1.2. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen 2) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 3) Keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. 4) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. 5) Harga berpengaruh positif dan terhadap signifikan terhadap keputusan pembelian. 6) Keputusan pembelian memediasi pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. 7) Keputusan pembelian memediasi pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen.

**Kata Kunci:** Bodypack; Kualitas produk; Harga; Keputusan pembelian; Kepuasan konsumen

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmannirrahim

Puji Syukur yang teramat mendalam saya panjatkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, atas limpahan karunia, hidayat, rahmat, dan taufiq-Nya, sehingga skripsi dengan judul “Pengaruh kualitas Produk dan harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang)” dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang telah direncanakan. Teriring do’a sholat, semoga senantiasa melimpah ke haribaan Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman yang membawa kesempurnaan Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga kita selalu berada dalam lindungan dan ajaran yang beliau sampaikan. Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak-pihak yang memberikan bantuan dukungan, dan motivasi kepada saya. Sebagai ucapan rasa syukur pada kesempatan ini saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:


1. Rektor Universitas Muhammadiyah Malang, Prof. Dr. Nazzarudin Malik, SE., M.Si.
2. Dekan Fakultas Ekonomis dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang, M. Sri Wahyudi S, S.E.,W.,Ph.D.
3. Ketua Program Studi Manajemen Dr. R. Iqbal Robbie S.E.,M.M.
4. Dosen pembimbing I Bapak Marsudi, Dr.,M.M dan Dosen Pembimbing II Bapak Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA., yang dengan sabar membimbing, memberikan ilmu, saran atau masukan, waktu, tenaga, dan motivasi selama proses penyusunan skripsi hingga terselesaikan dengan baik.

5. Seluruh dosen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
6. Alhamdulillah, penulis mengucapkan rasa syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat serta hidayah-Nya sehingga skripsi ini dapat diselesaikan atas kehdak-Nya.
7. Kepada mama dan papa tercinta, yang tidak pernah berhenti memberikan doa, kasih sayang, pengorbanan, dan dukungan tanpa syarat. Terima kasih atas segala perjuangan, kesabaran, dan kepercayaan yang selalu diberikan kepada penulis hingga mampu berada di titik ini. Semoga setiap langkah ini menjadi bentuk kecil dari rasa bangga yang ingin penulis berikan.
8. Abang dan kakak tersayang yang selalu hadir memberikan semangat, dukungan, dan motivasi di setiap proses yang penulis jalani. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi, tempat menguatkan, dan selalu mengingatkan bahwa penulis tidak pernah berjalan sendiri.
9. Teman-teman seperjuangan. Terima kasih untuk setiap momen yang telah dilalui bersama, baik dalam suka maupun duka. Dukungan, candaan, dan kebersamaan yang kita lewati menjadi kekuatan tersendiri yang membuat proses ini terasa lebih ringan untuk dijalani. Tanpa kalian, perjalanan ini tidak akan terasa sama, Tidak terasa hubungan pertemanan yang sudah dibangun lebih kurang sepuluh tahun lamanya kita lalui bersama. Semoga langkah yang kita tempuh hari ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih besar di masa depan. Tetap saling mendukung, dan semoga kita semua dipertemukan kembali dalam versi terbaik dari diri kita masing-masing.
10. Kepada diri sendiri, terima kasih telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah dalam menghadapi setiap tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Semua proses yang dilalui menjadi bagian dari pembelajaran yang sangat berharga. Tetap semangat untuk belajar dan jadilah manusia yang bermanfaat bagi manusia lainnya.

11. Untuk pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu, terima kasih atas dukungan dan kontribusi yang telah diberikan

Hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga segala yang telah mereka berikan kepada saya, tercatat dengan tinta emas dalam lembaran catatan Roqib sebagai sebuah ibadah yang tiada ternilai. Aamiin Yaa Robbal Aallamiin.

Akhirnya, dengan segala keterbatasan dan kekurangan, saya persembahkan karya tulis ini kepada siapa pun yang membutuhkannya. Kritik yang konstruktif dan saran dari semua pihak sangat saya harapkan untuk penyempurnaan karya-karya saya selanjutnya. Terima kasih.



Malang, 6 April 2026

Penulis

Misbah Hul Rachman Sialana

202110160311035

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN COVER</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	13
C. Tujuan Penelitian.....	14
D. Manfaat Penelitian.....	15
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>17</b>
A. Tinjauan Teoritis.....	17
B. Penelitian Terdahulu.....	31
C. Kerangka Berpikir.....	39
D. Hipotesis.....	39
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>45</b>
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	45
B. Jenis Penelitian.....	45
C. Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel.....	46
D. Definisi Operasional Variabel.....	47
E. Data dan Sumber Data.....	49

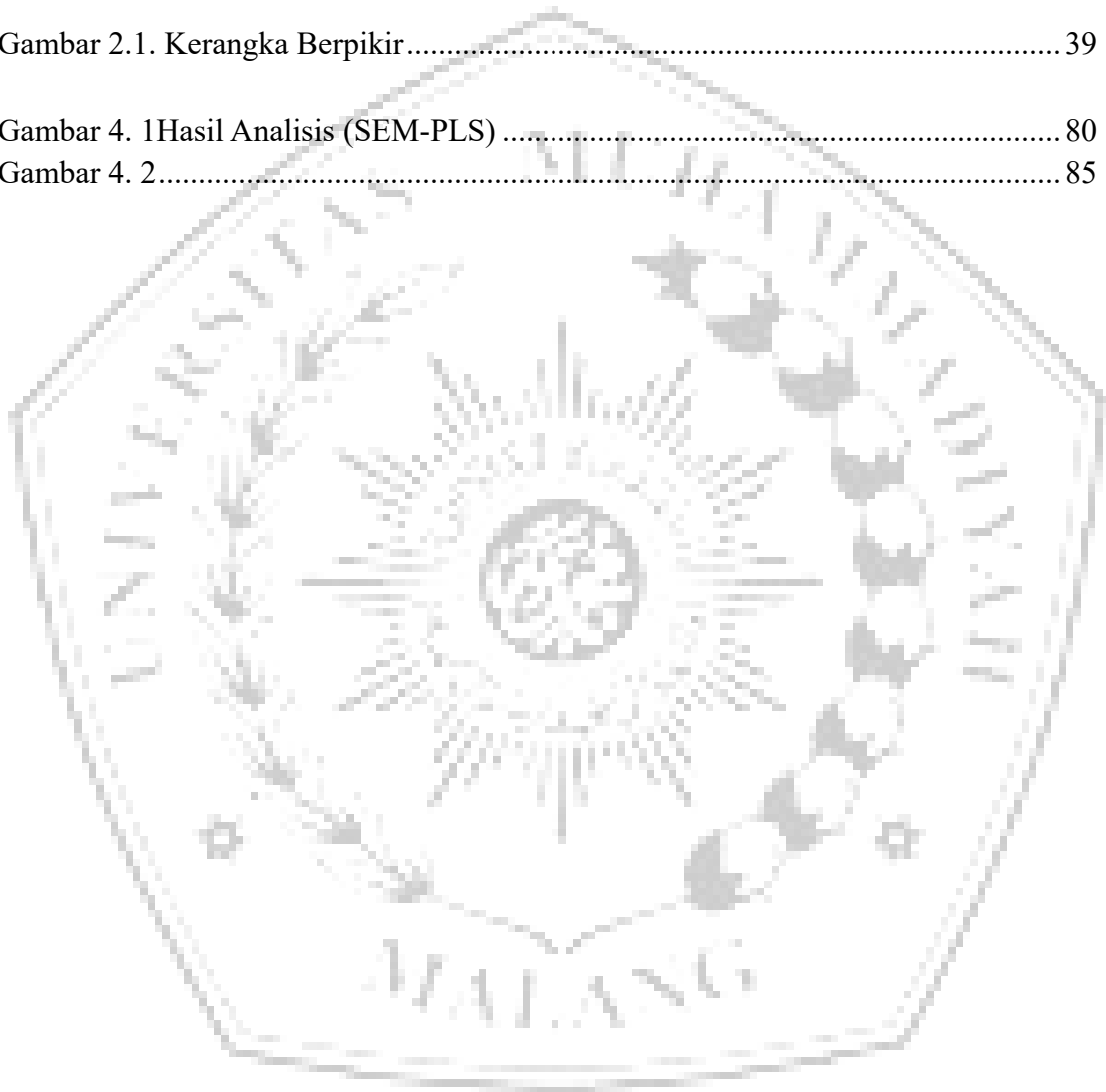
F. Teknik Pengumpulan Data .....	50
G. Teknik Pengukuran Data .....	50
H. Teknik Analisis Data .....	51
I. Uji Hipotesis .....	58
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>60</b>
A. Deskripsi Data.....	60
B. Karakteristik Responden.....	61
C. Hasil Analisis Data.....	70
D. Pembahasan Hasil Penelitian .....	94
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>104</b>
A. Kesimpulan .....	104
B. Saran .....	107
C. Keterbatasan Penelitian.....	109
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>111</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>116</b>
Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	116
Lampiran 2. Jawaban Kuesioner.....	122
Lampiran 3. Hasil Analisis Data .....	126
Lampiran 4. Plagiasi .....	129

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu.....	31
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel .....	48
Tabel 3.2. Pengukuran Skala Likert .....	51
Tabel 3.3. Rentang Skala.....	52
Tabel 4.1 Karakteristik Usia.....	61
Tabel 4.2. Karakteristik Jenis Kelamin .....	63
Tabel 4.3. Karakteristik Status Pekerjaan .....	64
Tabel 4.4. Karakteristik Pendapatan atau Uang Saku Per Bulan .....	65
Tabel 4.5. Domisili Responden .....	66
Tabel 4.6. Rentang Waktu Pembelian .....	68
Tabel 4.7. Jumlah Pembelian Konsumen .....	69
Tabel 4.8. Hasil Rentang Skala Kualitas Produk .....	71
Tabel 4.9. Rentang Skala Variabel Harga.....	73
Tabel 4.10. Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian .....	74
Tabel 4.11. Rentang Skala Variabel Kepuasan Konsumen .....	76
Tabel 4.12. Hasil Outer Loading.....	78
Tabel 4.13. Average Variance Extracted (AVE).....	80
Tabel 4.14. Hasil Analisis Cross Loading.....	82
Tabel 4.15. Cronbach's Alpha dan Composite Reliability .....	83
Tabel 4.16. R-Square ( $R^2$ ) .....	85
Tabel 4.17. Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Langsung.....	88
Tabel 4.18. Hasil Uji Signifikansi Pengaruh Tidak Langsung.....	92

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Review Positif Produk Tas Bodypack Pada Shopee dan Tokopedia.....	7
Gambar 1.2. Review Negatif Produk Tas Bodypack Pada Shopee dan Tokopedia .....	9
Gambar 1.3. Grafik Perbandingan Penjualan Produk Periode Januari - September 2025 .....	10
Gambar 2.1. Kerangka Berpikir.....	39
Gambar 4. 1 Hasil Analisis (SEM-PLS) .....	80
Gambar 4. 2.....	85



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta. Andi Offset.
- Andika, R., Kusnadi, E., & Wiryaningtyas, D. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Sembako Barokah Dibesuki Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 692. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i4.2055>
- Ariani, D. . (2003). *Manajemen Kualitas: Pendekatan Sisi Kualitatif* (2003 ed.). Ghalia Indonesia.
- Bodypack. (2024). Keunggulan Tas Bodypack. Internet. Diakses pada Januari 2026. <https://www.bodypack.com/id/journal/intip-7-keunggulan-tas-bodypack-yang-harus-kamu-ketahui/155?utm>
- Bodypack. (2025). Tentang Kami. Internet. Diakses pada September 2025. <https://www.bodypack.com/about>
- Fadini, A., Mustari, Tadampali, A. C. T., Ilyas, M., Tahir, T., & Nurjannah. (2025). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Potongan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 10(1).
- Fazira, N., Farhas, R. J., & Fithriyana, R. (2024). Pengaruh kualitas produk, sistem pembayaran, dan jasa kurir terhadap kepuasan konsumen pada umkm bidang fashion di kabupaten kampar. *Ilmiah Bisnis dan Kewirausahaan*, 13(2), 226–237.
- Fitri, R., Puri, V., Ratri, R., & Dewi, C. (2022). Analisis perilaku konsumsi melalui gaya hidup pada usia remaja. <https://ejournal.umm.ac.id/index.php/JICC/article/view/22313?utm>, 6(2), 232–241. <https://doi.org/https://doi.org/10.22219/satwika.v6i2.22313>
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to Design and Evaluate Research in Education*. McGraw-Hill Higher Education.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2015). *Konsep, Teknik, Aplikasi Menggunakan Smart PLS 3.0 Untuk Penelitian Empiris* (6th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hair, J. F., Hult, G., M., T., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2014). *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications.
- Hudani, A. (2020). Pengaruh Faktor Budaya , Faktor Sosial , dan Faktor Pribadi Terhadap Keputusan Pembelian. [ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae](http://ejournal.widyamataram.ac.id/index.php/j-mae), 1(2), 99–107. <https://doi.org/https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i2.195>

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Konsumen* (1st ed). Unitomo Press.
- Keller, K. lane. (2013). *Strategic Brand Management; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow. In *Journal of Brand Management* (Vol. 5, Nomor 6).
- Khitamina, K., Supeni, N., & Maspufah, H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Konsumen Pada Toko Aditya Fashion Sumberjambe Jember. *JMBI : Jurnal Manajemen Bisnis dan Informatika*, 4(1), 1–21. <https://doi.org/10.31967/prodimanajemen.v4i1.903>
- Kotler, P., Amstrong, G., & Parment, A. (2016). *Principles of Marketing* (7th ed). Pearson Education, Inc. © 2016.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Pricipales of Marketing* 17th. Pearson Education, Inc. © 2016.
- Kotler, P., Armstrong, G., & Opresnik, M. O. (2018). *Principles of marketing*. In Pearson Education Limited, Essex, England (17th ed). Pearson Education, Inc. © 2018.
- Kotler, P., & Keller, L. K. (2016). *Marketing Management 15th Global Edition* (wall;stephani (ed.); 15th ed.). Pearson Education, Inc. © 2016.
- Kotler, P., Keller, L. K., & Chernev, A. (2022). *Marketing Management* (2021). In Pearson.
- Laksono, D. W., Elvia, F., & Rinaldo, R. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Pakaian Merek Erigo Di Kota Tangerang. *ARBITRASE: Journal of Economics and Accounting*, 4(2), 204–211. <https://doi.org/10.47065/arbitrase.v4i2.1337>
- Lestari, P., & Saifuddin, M. (2020). Implementasi Strategi Promosi Produk Dalam Proses Keputusan Pembelian Melalui Digital Marketing Saat Pandemi Covid'19. *Jurnal Manajemen dan Inovasi (MANOVA)*, 3(2), 23–31. <https://doi.org/10.15642/manova.v3i2.301>
- Novia, R. P., Arief, M. Y., & Syahputra, H. (2024). Pengaruh Komunikasi Pemasaran, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Cv. Pacific Andre Anton Di Situbondo). *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(4), 600. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i4.4901>



- Novitasari, D. A., & Maulidi, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *Jurnal Manajemen dan Sains*, 8(1), 2023: 962-975, 8(1), 962–975. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1044>
- Nurbaniyah, V., & Tuti, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Pada Kepuasan Harga Melalui Keputusan Pembelian Di Restoran Richeese Factory Jatiwaringin. *IDEI: Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 3(1), 40–50. <https://doi.org/10.38076/ideijeb.v3i1.114>
- Pasianus, O., & Kana, A. A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan sebagai Variabel Intervening pada Swalayan Pamella Enam Yogyakarta. *Cakrawangsa Bisnis: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), 197. <https://doi.org/10.35917/cb.v2i2.260>
- Puspitawati, N. R., & Setyawan, A. A. (2025). Studi Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Berbasis Gender. *Community Engagement & Emergence Journal*, 6, 5513–5525. [https://doi.org/Community Engagement & Emergence JournalVolume 6 Nomor 6, Tahun 2025Halaman: 5513-5525https://journal.yrpiiku.com/index.php/ceej](https://doi.org/Community%20Engagement%20&%20Emergence%20JournalVolume%206%20Nomor%206,%20Tahun%202025Halaman%20:5513-5525https://journal.yrpiiku.com/index.php/ceej)
- Putra, F. E. Y. H., Hamdun, E. K., & Subaida, I. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Air Mineral Merek Kn Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 2(7), 1398. <https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3555>
- Putri, M. N., Sudarso, S., & Hariasih, M. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 9(1), 2547–2577. <https://doi.org/10.31955/mea.v9i1.5447>
- Putri, R. Y. T., & Budiarti, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Dimediasi Kepuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian pada Persaudaraan Art Glass. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 3(7), 1–14.
- Rachmawati, D. A., Muhtarom, A., Cahyano Puguh, & Yaskun Mohammad. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk, Promosi, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Konsumen pada UMKM Kabupaten Lamongan (Metode Structural Equation Modelling (SEM)- Partial Least Square (PLS)). *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 8(1), 33–39.

- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Determinants of employee retention in pharmaceutical company: Case of Saudi Arabia*, 3(2), 8–22. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Rizkiani, S., Sigit, K. N., & Kurniawan, D. D. (2025). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Toko Cerah Fashion di Limpung. *J J-BEAM: Journal House of Business , Economics , Accounting , and Management*, 1(1), 15–29.
- Saputri, L. E., & Utomo, A. (2021). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Converse Di Surakarta. *Excellent*, 8(1), 92–103. <https://doi.org/10.36587/exc.v8i1.911>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian (Edisi ke-6, Buku 1) (6th ed)*. Salemba Empat.
- Setiawan, S., Fitria, D., Mulyono, A., & Martah, V. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas, Layanan, Distribusi Produk Untuk Kepuasan Konsumen Toko Saera Waru Sidoarjo. *Ecopreneur*.12, 4(2), 190. <https://doi.org/10.51804/econ12.v4i2.1015>
- Simon, H., & Fassnacht, M. (2019). *Price Management: Strategy – Analysis – Decision, Implementation (2019 ed.)*. Springer International Publishing. <https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-319-96196-1>
- Singarimbun, M., & Effendi, S. (2011). *Metode Penelitian Survei*. LP3ES.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sulaiman, M., & Hasanah, J. (2025). Peran Pendapatan Masyarakat Dalam Pembelian Produk Branded. <https://journal.intelekmadani.org/index.php/ijipublication/index>, 6(1), 9–15. <https://doi.org/https://doi.org/10.51577/ijipublication.v6i1.757>
- Sulastri, M., Ekonomi, F., Kristen, U., & Wacana, K. (2020). Mediasi Keputusan Pembelian pada Pengaruh Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan ( Studi pada Pelanggan Indomaret di Tanjung Duren Jakarta Barat ). *Ekonomi dan Bisnis*, 14(2), 137–152.
- Suliyana, P. M., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Ud. Sumber Rejeki Kabupaten Jember. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 3(2), 292. <https://doi.org/10.36841/jme.v3i2.4832>

- Tanjung, J. R., & Rahman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Indihome Pt. Telkom Indonesia Pekanbaru. *Jurnal BANSI - Jurnal Bisnis Manajemen Akutansi*, 3(1), 27–45. <https://doi.org/10.58794/bns.v3i1.451>
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis dan Manajemen*, 5(1), 67. <https://doi.org/10.33603/jibm.v5i1.4929>
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran (4Th ed.)*. ANDI OFFSET.
- Wibawa, A. P., & Kusuma, A. S. (2024). Gaya Hidup Fast Fashion oleh Masyarakat Urban (studi Fenomologi Terkait Gaya Hidup Fast Fashion Mahasiswa Surakarta). 1–25.
- Widyanty, T. peppy, & Sujianto, A. E. (2022). the Effect of Service Quality and Product Quality on Purchase Decisions With Customer Satisfaction As Intervening Variables. *Jae (Jurnal Akuntansi Dan Ekonomi)*, 7(2), 13–30. <https://doi.org/10.29407/jae.v7i2.17865>
- Zubairi, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Mediasi Variabel Keputusan Pembelian Pada Industri Makmur Jaya Di Besuki. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, 1(4), 677. <https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.2054>

202110160311035  
Misbah Hul Rachman Sialana  
Prodi Manajemen

#### Lampiran 4. Plagiasi

	<b>Lembaga Informasi dan Publikasi</b> Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang <b>Tanda Terima Cek Plagiasi</b>
	Tanggal : 6/4/2026
Kode	: 2923332400
Nama	: Misbah Hul Rachman Sialana
NIM	: 202110160311035
Prodi	: Manajemen
Judul Penelitian	: Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dimediasi Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen Tas Bodypack di Kota Malang).
Persentase Plagiasi	: 4%
Keterangan	: LULUS
	Kepala LIP  Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M