

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA OUTLET KANG SAYUR KOTA PROBOLINGGO**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh:

Adellia Putri Rahayu (202010160311431)

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN
PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA OUTLET KANG SAYUR KOTA PROBOLINGGO**

Oleh:

Adellia Putri Rahayu

202010160311431

Diterima dan disetujui

Pada tanggal 26 Agustus 2024

Pembimbing I



Drs. Noor Aziz, M.M

Pembimbing II



Ardik Praharjo, S.AB., M.AB

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *OUTLET* KANG SAYUR KOTA PROBOLINGGO

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Adellia Putri Rahayu

NIM : 202010160311431

Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 28 September 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Drs. Noor Azis, M.M.

Pembimbing II : Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Penguji I : Dicky Wisnu Usdek Riyanto, Ph.D.


Penguji II : Dra. Sri Nastiti Andharini, M.M.

1. 
2. 
3. 
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,




Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH PERSEPSI KUALITAS PRODUK, HARGA DAN PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET KANG SAYUR KOTA PROBOLINGGO

Oleh :

Adellia Putri Rahayu

202010160311431

Diterima dan disetujui
pada tanggal 28 September 2024

Pembimbing I,


Pembimbing II,



Drs. Noor Azis, M.M.


Ardik Praharjo, S.AB., M.AB.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,


Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.


Dr. Nurul Asfiah, M.M.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Adellia Putri Rahayu

NIM : 202010160311431

Program Studi : Manajemen

Surel : adelliapr.20@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagai maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tulis 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 dana tau tiakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 23 September 2024



Adellia Putri Rahayu

PRODUK, HARGA DAN PROMOSI ONLINE MELALUI INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA OUTLET KANG SAYUR KOTA PROBOLINGGO

Adellia Putri Rahayu¹, Noor Aziz², Ardik Praharjo³

Jurusan Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: adelliapr.20@gmail.com

ABSTRAK

Riset ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi kualitas produk, harga, dan promosi online melalui instagram terhadap keputusan pembelian pada outlet Kang Sayur Kota Probolinggo. Data ini diperoleh melalui survei dengan menggunakan kuesioner google form terhadap 120 responden konsumen Outlet Kang Sayur Probolinggo dengan metode kuantitatif dan menggunakan teknik *purposive sampling* pada konsumen outlet Kang Sayur Kota Probolinggo. Teknik analisis data menggunakan model persamaan analisis regresi berganda menggunakan SPSS 25. Temuan riset ini menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk, harga, dan promosi online mempengaruhi keputusan berdasarkan hasil regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel persepsi kualitas produk memperoleh hasil sebesar 0,471 sedangkan variabel persepsi harga hanya sebesar 0,185 dan variabel promosi online sebesar 0,329. Hasil tersebut menunjukkan bahwa pembelian secara positif dan signifikan dan pada uji f menunjukkan bahwa persepsi kualitas produk, harga, dan promosi online berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di outlet Kang Sayur Probolinggo.

Kata Kunci: Persepsi Kualitas Produk, Harga, Promosi Online Melalui Instagram, Keputusan Pembelian

**ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY
PERCEPTION, PRICE AND ONLINE PROMOTION THROUGH
INSTAGRAM ON PURCHASE DECISIONS AT KANG SAYUR OUTLETS
IN PROBOLINGGO CITY**

Adellia Putri Rahayu¹, Noor Aziz², Ardik Praharjo³
Management Study, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia
E-mail: adelliapr.20@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to analyze the influence of product quality perception, price and online promotion through Instagram on purchase decisions at Kang Sayur outlets in Probolinggo City. This data was obtained through a survey using a google form questionnaire on 120 consumer respondents of the Kang Sayur Probolinggo Outlet using a quantitative method and using a purposive sampling technique on the consumers of the Kang Sayur outlet in Probolinggo City. The data analysis technique uses a multiple regression analysis equation model using SPSS 25. The findings of this research show that the perception of product quality, price, and online promotion affect decisions based on the results of multiple linear regression shows that the variable of product quality perception obtained a result of 0.471 while the variable of price perception was only 0.185 and the variable of online promotion was 0.329. The results show that the purchase is positive and significant while the f test shows that the perception of product quality, price, and online promotion.

Keywords: Product Quality Perception, Price, Online Promotion Through Instagram, Purchase Decisions

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya selama penyelesaian skripsi ini yang berjudul “Analisis Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Harga dan Promosi Online Melalui Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Pada Outlet Kang Sayur Kota Probolinggo” Tujuan disusunnya skripsi ini adalah untuk memenuhi prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penyelesaian skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Sebagai ungkapan terima kasih, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak berikut pada kesempatan ini:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si., yang menjabat sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dra. Hj. Idah Zuhroh, M.M., yang menjabat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, M.M., yang menjabat Ketua Jurusan Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Dr. R. Iqbal Robbie, S.E., M.M. yang menjabat dosen wali Manajemen H 2020 Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Bapak Drs. Noor Aziz, MM. yang menjabat dosen pembimbing satu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk dan arahan yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Ardik Praharjo S.AB., M.AB. yang menjabat dosen pembimbing dua

yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengoreksi serta memberikan petunjuk dan arahan yang sangat bermanfaat guna penyusunan skripsi ini.

7. Seluruh Dosen dan Segenap Staff Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang atas ilmu dan bimbingan yang telah diberikan selama perkuliahan.
8. Kedua orang tua saya Bapak Supriadi dan Ibu Sri Rahayu yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tidak henti memberikan doa serta kasih sayang dengan penuh cinta, terimakasih atas kepercayaan untuk diijinkan merantau di kota orang.
9. Ratu Tamara, Intan Callista, Tasya Nur, Vinkka yang menjabat teman seperjuangan penulis di tanah rantau selama masa perkuliahan berlangsung saya ucapkan terimakasih atas dukungan berupa motivasi, doa, dan lainnya untuk segera menyelesaikan skripsi ini.

Untuk semua pihak yang telah memberikan kontribusi, penulis hanya dapat menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam dan doa tulus. Karya tulis ini dipersembahkan sebagai bentuk kontribusi kepada siapa pun yang membutuhkan. Semoga karya ini bermanfaat untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

Billahittaufiq Wal Hidayah.

Malang, Agustus 2024

Peneliti

Adellia Putri Rahayu

DAFTAR ISI

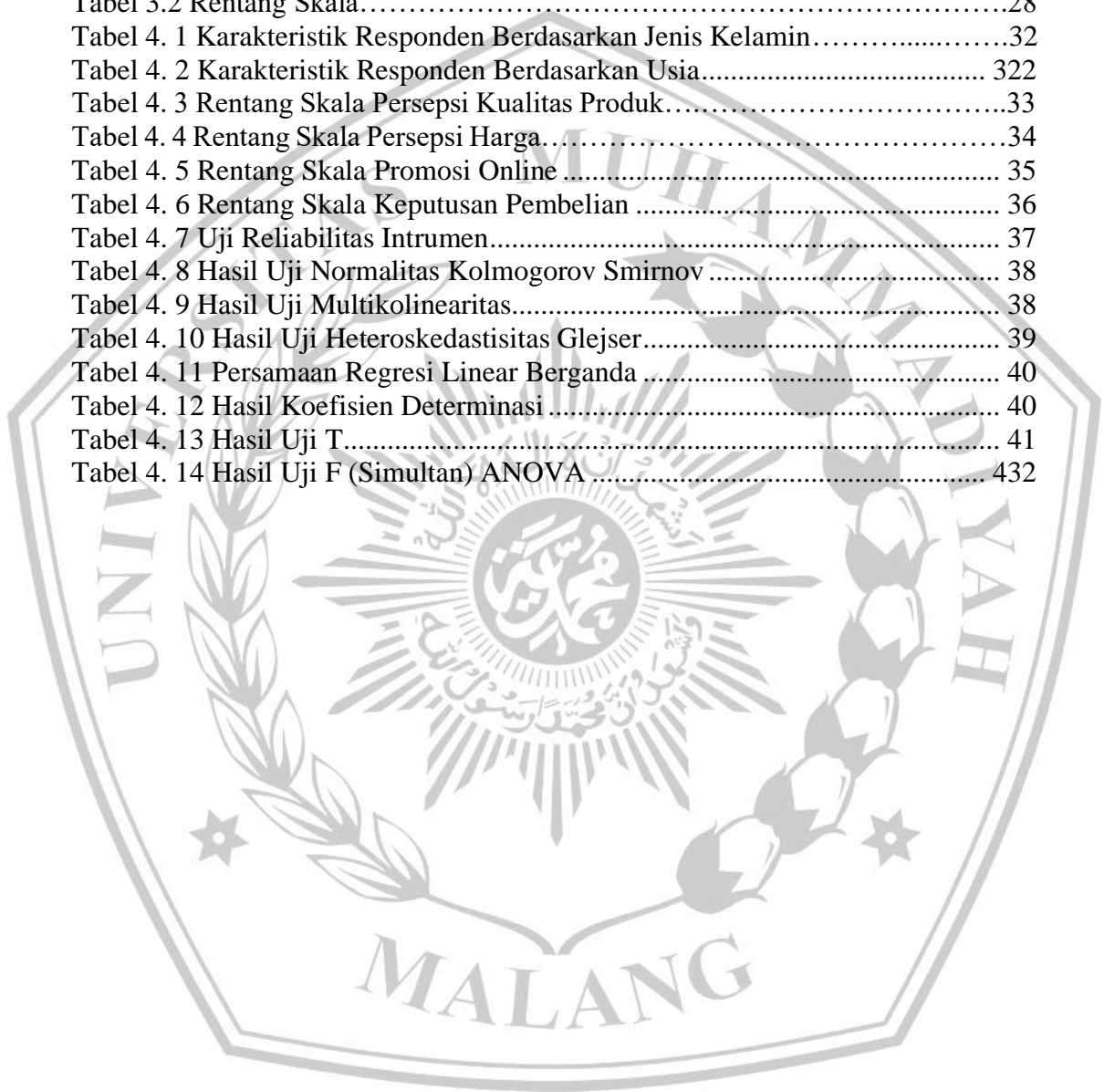
COVER.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Landasan Teori.....	9
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Konsep dan Hipotesis.....	18
D. Definisi Operasional Variabel.....	20
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. Jenis Desain Penelitian.....	23
B. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	23
C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	25
E. Pengujian Instrumen.....	25
F. Analisis Data.....	28
G. Uji Hipotesis.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32

A.	Karakteristik Responden.....	32
B.	Deskripsi Data	33
C.	Hasil Uji Instrumen	37
D.	Hasil Uji Asumsi Klasik	38
E.	Analisis Linear Berganda	40
F.	Uji Hipotesis	41
G.	Pembahasan	43
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		49
A.	Simpulan.....	49
B.	Saran.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		54



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	166
Tabel 2. 2 Definisi Operasional Variabel.....	200
Tabel 3. 1 Skala Likert.....	26
Tabel 3.2 Rentang Skala.....	28
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	32
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	322
Tabel 4. 3 Rentang Skala Persepsi Kualitas Produk.....	33
Tabel 4. 4 Rentang Skala Persepsi Harga.....	34
Tabel 4. 5 Rentang Skala Promosi Online	35
Tabel 4. 6 Rentang Skala Keputusan Pembelian	36
Tabel 4. 7 Uji Reliabilitas Intrumen.....	37
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov	38
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinearitas.....	38
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	39
Tabel 4. 11 Persamaan Regresi Linear Berganda	40
Tabel 4. 12 Hasil Koefisien Determinasi	40
Tabel 4. 13 Hasil Uji T.....	41
Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan) ANOVA	432



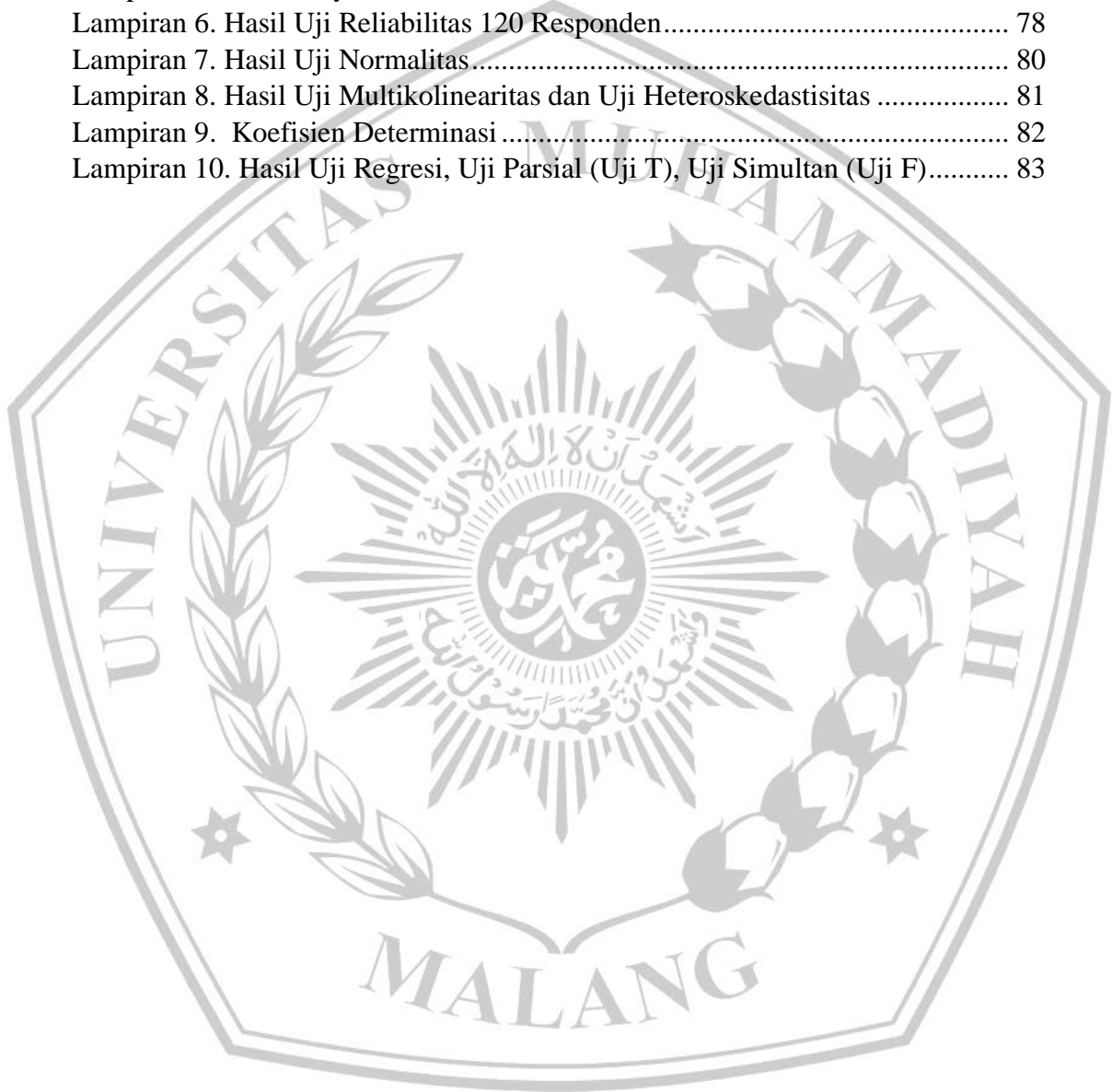
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konsep	18
Gambar 4. 1 Scatter Plot	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Draft Kuesioner Penelitian	54
Lampiran 2. Kuesioner.....	55
Lampiran 3. Hasil Distribusi 120 jawaban responden variabel X1 dan X2.....	58
Lampiran 4. Hasil Distribusi 120 jawaban responden variabel X3 dan Y.....	64
Lampiran 5. Frekuensi table.....	70
Lampiran 6. Hasil Uji Reliabilitas 120 Responden.....	78
Lampiran 7. Hasil Uji Normalitas.....	80
Lampiran 8. Hasil Uji Multikolinearitas dan Uji Heteroskedastisitas	81
Lampiran 9. Koefisien Determinasi	82
Lampiran 10. Hasil Uji Regresi, Uji Parsial (Uji T), Uji Simultan (Uji F).....	83



DAFTAR PUSTAKA

- Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Jakarta : PT. Inovasi Pratama Internasional.
- Anita, S. Y., Amiruddin, E. E., EDT, R. W., Wiratmo, L. B., Mustafa, F., Khairo, F., ... & Abdillah, F. (2023). *Perilaku Konsumen*. Bekasi : CV. Intelektual Manifes Media.
- Ariyadi, W. (2020). *Jurus Jitu Menguasai Copywriting: Strategi sukses Membangun Bisnis dan Meningkatkan Pemasaran*. Bogor : Anak Hebat Indonesia.
- Atmaja, H. S., & Achsa, A. (2022). Analisis Harga, Kepercayaan, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Dalam Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop. *Jurnal Mirai Management*, 7(1), 400-409. <https://doi.org/10.37531/Mirai.V7i1.2167>
- Ekasari, R., & Putri, T. A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal MANAJEMEN*, 3(2), 266-277. <https://doi.org/10.51804/Iej.V3i2.937>
- Firmando, O., Novita, D., & Ahluwalia, L. (2021). Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Dan Promosi Pada Keputusan Pembelian Produk (Survey Pada Konsumen PT Inti Bharu Mas Lampung). *Journal Strategy Of Management And Accounting Through Research And Technology (SMART)*, 1(1), 31-37.
- Fitriana, R. M., & Yuniati, U. (2020). Persepsi Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Smartphone. *Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah Dan Komunikasi*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.24014/Jrmdk.V2i2.9452>
- Ghozali, I. (2021). *APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE* (10th Ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gusti, I., Purnami, A. T., Imbayani, G. A., Made, I., & Prayoga, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Kosumen Pada Warung Demung Di Sibangkaja. *Jurnal EMAS*, 4(6), 2023.
- Ilmiyah, K., & Krishernawan, I. (2020). *Motivasi Berbelanja Di Marketplace Shopee*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Ishtiaq, M. (2019). Book Review Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative And Mixed Methods Approaches* (4th Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage. *English Language Teaching*, 12(5), 40. <https://doi.org/10.5539/Elt.V12n5p40>
- Kevin Andeska, P., Lola Fitria, S., & Willy, N. (2023). Persepsi Kualitas, Resiko Dan Nilai Pada Keputusan Pembelian Produk (Studi Kasus Produk Tupperware PT Bumi Padang Gempita). *Jurnal Ensiklopedia*, 5(3), 279–287. <http://jurnal.ensiklopediaku.org>
- Kusumadewi, N., & Sopiyan, P. (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial, Word Of Mouth, Dan Persepsi Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian. *Entrepreneur: Jurnal Bisnis Manajemen Dan Kewirausahaan*, 4(1), 143–153. <https://doi.org/10.31949/Entrepreneur.V4i1.3576>
- Lestari, A. S., & Rohman, A. (2024). Analisis Perkembangan Bisnis Pada Usaha Sayur Keringat Petani Dalam Sistematika Aspek Financial. *IQTISODINA*, 7(1), 131-137.
- Maimunah, S. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng Bimoli Pada Minimarket

- Alfamart Di Wilayah Pasar Minggu Jakarta Selatan (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional).
- Marcfasu, B., Suryawardani, I. G. A. O., & Anggreni, I. G. A. A. L. (2023). Analisis Bauran Pemasaran Sayuran Pada Ritel Hypermart Mal Bali Galeria. *Jurnal Agribisnis Dan Agrowisata (Journal Of Agribusiness And Agritourism)*, *12*(1), 34. <https://doi.org/10.24843/Jaa.2023.V12.I01.P04>
- Milton, A., & Rodgers, P. (2023). *Research methods for product design*. Hachette UK.
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor Yang Mempengaruhi: Kepuasan Pelanggan Dan Minat Pembelian: Kualitas Produk, Dan Persepsi Harga (Literatur Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, *3*(1), 350-363. <https://doi.org/10.38035/Jmpis.V3i1.880>
- Ningrum, D. T. C., & Isa, M. (2023). Pengaruh Persepsi Harga, Social Media Marketing, Dan Citra Merk Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi (Studi *SEIKO: Journal Of Management & ...*, *6*(2), 193–212. <https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/view/4371>
<https://www.journal.steamkop.ac.id/index.php/seiko/article/download/4371/2849>
- Nurfauzi, Y., Taime, H., Hanafiah, H., Yusuf, M., Asir, M., Majenang, S., Jambatan Bulan, S., Bina Bangsa, U., Bandung, S., & Makassar, I. (2023). Literature Review: Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian, Kualitas Produk Dan Harga Kompetitif. *Management Studies And Entrepreneurship Journal*, *4*(1), 183–188. <http://journal.yrpiiku.com/index.php/msej>
- Nurlina, Achmad Abu Bakar, R. K. (2022). Pengaruh Bauran Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1).
- Pertiwi, A. B., Ali, H., & Sumantyo, F. D. S. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Pelanggan: Analisis Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan (Literature Review Manajemen Pemasaran). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, *3*(6), 582-591. <https://doi.org/10.31933/jimt.v3i6.1093>
- Prautami, I. (2022). Efektivitas Promosi Melalui Media Sosial Instagram Dan Facebook @Abouttng Pada UMKM Di Kota Tangerang. *Jkbn (Jurnal Konsep Bisnis Dan Manajemen)*, *8*(2), 153–164. <https://doi.org/10.31289/jkbn.v8i2.6991>
- Purnama, I. (2020). Pengaruh Promosi Online Dan Endorsmen Selebgram Terhadap Minat Beli Konsumen. *Youth & Islamic Economic Journal*, *1*(02), 14-20.
- Putri, D. P. E., Rismawati, D. A., Lestari, M. S., & ... (2023). Pengaruh Harga, Promosi, Ulasan Produk, Dan Metode Pembayaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Tiktok Shop. *Academica: Journal*, *7*(1).
- Rangian, M. C., Wenas, R. S., & Lintong, D. C. A. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Brand Ambassador Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Ms Glow Skincare Di Kota Tomohon. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *10*(3), 284. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.41948>
- Rasmikayati, E., Saefudin, B. R., Karyani, T., Kusno, K., & Rizkiansyah, R. (2020).

- Factor Analysis And Satisfaction Level In Terms Of Product Quality And Service Quality Of Organic Vegetable Consumer In Lotte Mart Bandung City. *Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, **6**(1), 351–364.
- Restiani Widjaja, Y., & Wildan. (2023). Pengaruh Inovasi Produk, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor. *Jurnal Sains Manajemen*, **5**(1), 1–13. <https://doi.org/10.51977/Sainsm.V5i1.1007>
- Setiana, R., & Soebiagdo, S. (2022). Pengaruh Promosi Melalui Instagram Terhadap Minat Beli Pada Keanggotaan Baru Big Bro Muaythai Training Camp. *Inter Script: Journal Of Creative Communication*, **4**(2), 1. <https://doi.org/10.33376/Is.V4i2.1217>
- Sibtiah, S., & Latief, M. J. (2023). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Pebisnis Menggunakan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi. *Jurnal EMT KITA*, **7**(1), 103-112. <https://doi.org/10.35870/Emt.V7i1.752>
- Sismanto, A., & Anggryani, D. H. (2022). Pengaruh Persepsi Kualitas Produk, Kepercayaan Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Parnason Jr Kota Bengkulu. *Prosiding Seminar Nasional Business Corporate*, **1**(1), 147–152. <https://doi.org/10.36085/Pbc.V1i1.4063>
- Sitorus, S. A., Romli, N. A., Tingga, C. P., Sukanteri, N. P., Putri, S. E., Ghetta, A. P. K., ... & Ulfah, M. (2022). *Book Of Brand Marketing: The Art Of Branding*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Soni, N., Dawra, J., & Katyal, K. (2023). Maximization, Internal Reference Price And Consumers' Response To Promotions. *Marketing Intelligence & Planning*, **41**(4), 489-504.
- Sugiono. (2020). *Metode Penelitian*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. ALFABETA.
- Sumual, P. S., Soegoto, A. S., & Samadi, R. L. (2023). Analisis Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Serta Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Mobil Masa Pandemi Covid19. *Jurnal EMBA*, **11**(1), 1271–1282.
- Widjanarko, W., Saputra, F., & Hadita. (2023). Analisis Keputusan Pembelian Dan Loyalitas Pelanggan Terhadap Voucher Gratis Ongkos Kirim E-Commerce Shopee Indonesia. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, **4**(5), 678–685.



Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 6/9/2024

Kode : 2446169784

Nama : ADELLIA PUTRI RAHAYU

NIM : 202010160311431

Prodi : Manajemen

Naskah publikasi : **LULUS**

Penerjemah Abstrak : Selesai



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M