

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA PT. KARYA GIRI PALMA MEBEL  
MALANG**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai

Derajat Sarjana Ekonomi



Oleh:

**Cindi Amalia**

**202010160311176**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2024**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
PADA PT. KARYA GIRI PALMA MEBEL MALANG**

Oleh :

**Cindi Amalia**  
**202010160311176**

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 15 Juni 2024

Pembimbing I,

Pembimbing II,


  
**Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.**

  
**Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

  
  
**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

  
**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PT. KARYA GIRI PALMA MEBEL MALANG

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Cindi Amalia  
NIM : 202010160311176  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 15 Juni 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.

Pembimbing II : Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.B.A.

Penguji I : Dr. Titiek Ambarwati, M.M.

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

1. ....  
2. ....  
3. ....  
4. ....

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Cindi Amalia  
NIM : 202010160311176  
Program studi : Manajemen  
Surel : amaliacindi@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (*plagiarism*) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain 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 pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 15 Juni 2024

Yang Membuat Pernyataan,



(Cindi Amalia)



THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, PRICE FAIRNESS, AND  
SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS AT PT. KARYA GIRI  
PALMA FURNITURE MALANG

**Cindi Amalia\*<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>, Luqman Dzul Hilmi<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: [amaliacindi@gmail.com](mailto:amaliacindi@gmail.com)

**ABSTRACT**

*This research aims to analyze the influence of product quality, price fairness and service quality on purchasing decisions at PT. Karya Giri Palma Furniture Malang. The research sample was 100 respondents, with the criteria applied by Spring Bed Aline or Fourline buyers during the last 6 months from October-March. The sampling technique used is non-probability sampling, namely purposive sampling. The analysis tool used is SPSS. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. From the test results it was concluded that: a) product quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. b) price fairness has a positive and significant effect on purchasing decisions. c) service quality has a negative and insignificant effect on purchasing decisions. d) product quality, price fairness and service quality together have a positive and significant effect on purchasing decisions. e) product quality variables have a dominant influence on purchasing decisions. PT. Karya Giri Palma Furniture Malang must further improve product quality, price fairness and overall service quality so that consumers feel they are getting quality products at affordable prices and satisfactory service, thereby increasing purchasing decisions.*

**Keywords:** *Product Quality, Price Fairness, Service Quality, Purchasing decisions*

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KEWAJARAN HARGA, DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA  
PT. KARYA GIRI PALMA MEBEL MALANG

**Cindi Amalia\*<sup>1</sup>, Rahmad Wijaya<sup>2</sup>, Luqman Dzul Hilmi<sup>3</sup>**

<sup>1,2</sup>Management Department, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail: [amaliacindi@gmail.com](mailto:amaliacindi@gmail.com)

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang. Sampel penelitian sejumlah 100 responden, dengan kriteria yang diterapkan pembeli *Spring Bed Aline* atau *Fourline* selama 6 bulan terakhir dari bulan Oktober-Maret. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* yaitu *purposive sampling*. Alat analisis yang digunakan yaitu SPSS. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda. Dari hasil pengujian disimpulkan bahwa: a) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. b) kewajaran harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. c) kualitas pelayanan berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. d) kualitas produk, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. e) variabel kualitas produk berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian. PT. Karya Giri Palma Mebel Malang harus jauh lebih meningkatkan kualitas produk, kewajaran harga, dan kualitas pelayanan secara keseluruhan agar konsumen merasa mendapatkan produk berkualitas dengan harga terjangkau dan pelayanan memuaskan, sehingga meningkatkan keputusan pembelian.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kewajaran Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur atas kehadiran Allah SWT, karena atas rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang". Penulisan skripsi ini merupakan tugas akhir untuk memenuhi gelar Sarjana Manajemen di Universitas Muhammadiyah Malang. Penulisan skripsi ini sebagai bentuk persembahan dan ungkapan terima kasih saya sebagai peneliti kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan inspirasi selama proses penelitian penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak, oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M selaku Dekan fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Dr. Nurul Asfiah, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Warsono, Drs., M.M. selaku dosen wali Manajemen kelas D angkatan 2020.
5. Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M. Sebagai dosen pembimbing I saya yang senantiasa membimbing saya dengan penuh kesabaran dan ketulusan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat, ikhlas, dan bahagia sehingga diberi kemudahan dalam mengerjakan penulisan skripsi.
6. Luqman Dzul Hilmi, S.E., M.BA. Sebagai dosen pembimbing II saya yang senantiasa selalu membimbing saya dengan penuh kesabaran, selalu memotivasi dan memberi semangat, dan selalu menyempatkan waktu nya untuk bimbingan sehingga peneliti bisa cepat menyelesaikan skripsi dengan penuh semangat.

7. Terima kasih kepada Seluruh Bapak/Ibu dosen beserta jajaran staff Fakultas Ekonomi dan Bisnis, yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi peneliti, serta bisa membantu dalam pengurusan administrasi selama masa perkuliahan sampai akhir penyusunan skripsi.
8. Terima kasih kepada kedua orang tua saya, Papa Samsu Winardi dan Mama Harwati. Beliau yang tanpa kenal lelah, selalu berusaha memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya, dan terus menerus memberikan dorongan semangat, sumber kekuatanku dan pengingat terbaik. Beliau selalu memberikan nasihat-nasihat yang sangat bermanfaat juga selalu mendoakan peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan studinya hingga meraih gelar sarjana.
9. Terima kasih kepada kakak saya yaitu Mas Dana, Mbak Azizah, Mas Asdikin, dan Mbak Nia, serta keponakan saya Azra, Khoulah, dan Hannah atas doa, dukungan, semangat, dan hiburan yang diberikan kepada peneliti saat menghadapi banyak revisi.
10. Terima kasih kepada semua teman-teman yang tidak bisa disebutkan satu per satu atas dukungan, hiburan, dan motivasi yang diberikan.
11. Dan yang terakhir, terima kasih kepada diri saya sendiri karena telah mampu bertahan hingga saat ini, melewati berbagai rintangan, cobaan, dan ujian yang luar biasa.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, peneliti terbuka untuk menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa depan. Peneliti berharap karya ini bermanfaat bagi pembaca dan memberikan kontribusi positif dalam pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran. Akhir kata, peneliti mendoakan semoga Allah SWT selalu memberkati dan membimbing kita semua.

Malang, 07 Juni 2024

Cindi Amalia

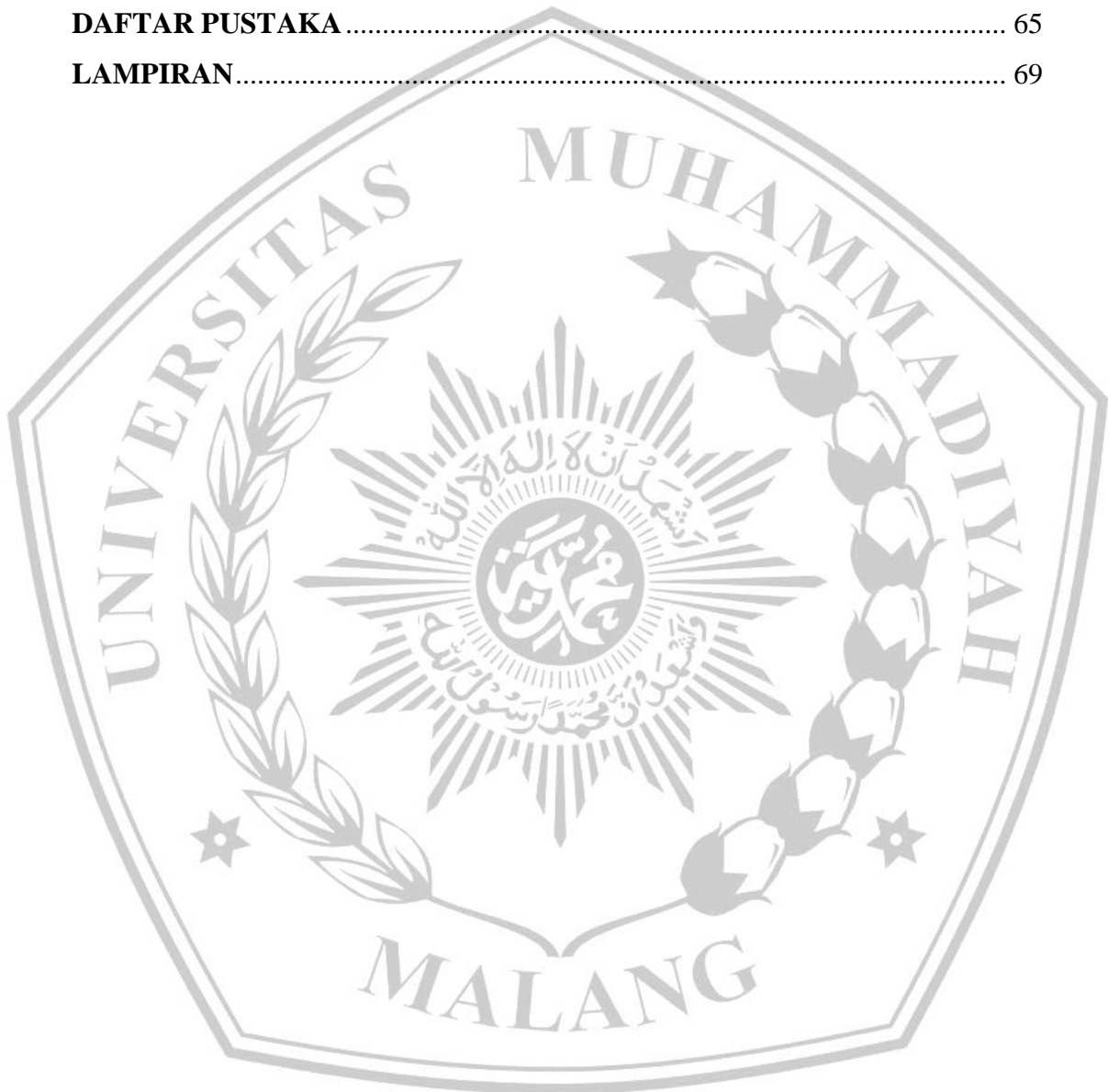


## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	iv
<b>ABSTRAK BERBAHASA INGGRIS</b> .....	v
<b>ABSTRAK BERBAHASA INDONESIA</b> .....	vi
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	11
A. Landasan Teori .....	11
1. Keputusan Pembelian .....	11
2. Kualitas Produk.....	12
3. Kewajaran Harga .....	14
4. Kualitas Pelayanan.....	15
B. Penelitian Terdahulu.....	16
C. Kerangka Pikir .....	26
D. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	30
A. Jenis Penelitian .....	30
B. Lokasi Penelitian.....	30
C. Populasi dan Sampel.....	30

D. Definisi Operasional Variabel .....	31
E. Jenis dan Sumber Data .....	33
F. Teknik Pengumpulan Data .....	33
G. Teknik Pengukuran Data .....	34
H. Uji Instrumen Penelitian .....	35
I. Uji Asumsi Klasik .....	35
J. Teknik Analisis Data .....	36
K. Uji Hipotesis .....	40
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>42</b>
A. Deskripsi Perusahaan .....	42
B. Deskripsi Responden .....	43
C. Metode Analisis Data .....	44
1. Uji Instrumen .....	44
2. Uji Asumsi Klasik .....	46
D. Teknik Analisis Data .....	47
1. Hasil Rentang Skala .....	47
2. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	53
3. Koefisien Determinasi .....	55
E. Uji Hipotesis .....	55
1. Uji t .....	55
2. Uji F .....	57
3. Uji Variabel Dominan .....	57
F. Pembahasan .....	58
1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang (H1) .....	58
2. Pengaruh Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang (H2) .....	59
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang (H3) .....	59
4. Kualitas Produk, Kewajaran Harga, dan Kualitas Pelayanan Berpengaruh Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang (H4) .....	60

5. Kualitas Produk Berpengaruh Dominan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang (H5) .....	61
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	62
A. Kesimpulan .....	62
B. Saran .....	63
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	65
<b>LAMPIRAN</b> .....	69



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu .....	16
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3.2. Pengukuran Data .....	34
Tabel 3.3. Rentang Skala .....	38
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas.....	44
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.5. Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.6. Hasil Uji Multikolinearitas.....	46
Tabel 4.7. Hasil Uji Heterokedastisitas.....	47
Tabel 4.8. Rentang Skala Variabel Kualitas Produk (X1) .....	47
Tabel 4.9. Rentang Skala Variabel Kewajaran Harga (X2) .....	50
Tabel 4.10. Rentang Skala Variabel Kualitas Pelayanan (X3) .....	51
Tabel 4.11. Rentang Skala Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	52
Tabel 4.12. Analisis Regresi Linear Berganda.....	54
Tabel 4.13. Hasil Koefisien Determinasi .....	55
Tabel 4.14. Hasil Uji t.....	56
Tabel 4.15. Hasil Uji F.....	57
Tabel 4.16. Hasil Uji Dominan .....	58

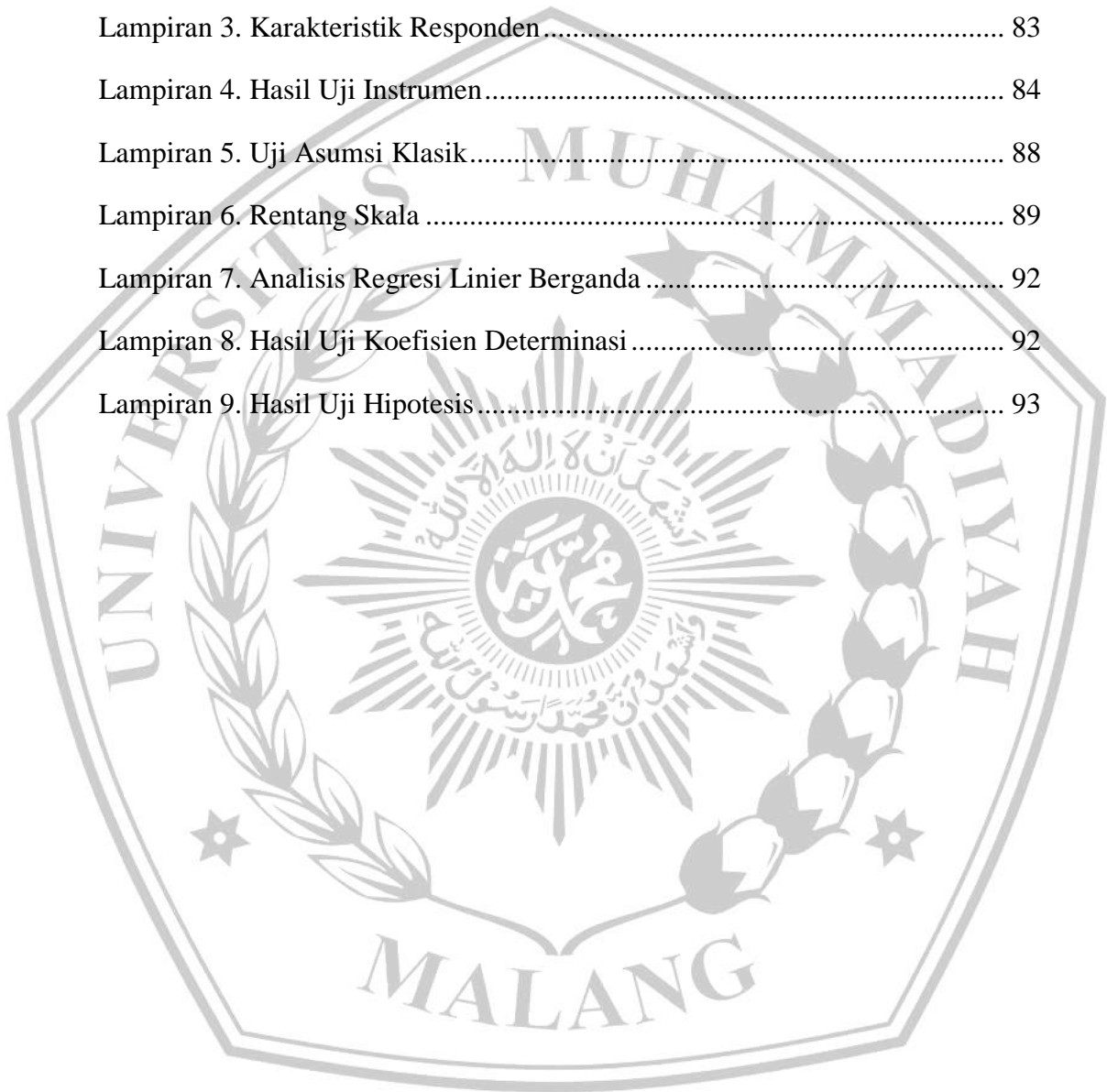
## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1. Ulasan Google Maps PT. Karya Giri Palma Mebel Malang..... 7
- Gambar 1.2. Grafik Pertumbuhan Penjualan Produk Spring Bed Pada PT. Karya Giri Palma Malang Tahun 2020-2023..... 8
- Gambar 2.1. Kerangka Pikir Analisis Kualitas Produk, Kewajaran Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian..... 26



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian.....	69
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	72
Lampiran 3. Karakteristik Responden.....	83
Lampiran 4. Hasil Uji Instrumen.....	84
Lampiran 5. Uji Asumsi Klasik.....	88
Lampiran 6. Rentang Skala.....	89
Lampiran 7. Analisis Regresi Linier Berganda.....	92
Lampiran 8. Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	92
Lampiran 9. Hasil Uji Hipotesis.....	93



## DAFTAR PUSTAKA

- Afwan, M. T., dan Santosa, S. B. (2020). Analisis pengaruh kualitas produk, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dengan citra merek sebagai variabel intervening (studi pada konsumen mebel madina di kota banjarnegara). *Diponegoro Journal of Management*, 9(2).
- Agustin, C. I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Koran Jawa Pos Radar Kediri. *Jurnal Simki-Economic Universitas Nusantara PGRI Kediri*, 2(03), 2599-0748.
- Amryyanti, R., Sukaatmadja, I. P. G., dan Cahya, K. N. (2013). Pengaruh kualitas layanan, produk, dan kewajaran harga terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan pada Inc skin care Singaraja. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 2(1), 22-29.
- Anggraeni, A. R., dan Soliha, E. (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al tijarah*, 6(3), 96-107.
- Aprilliani, S. (2022). Pengaruh Promosi Penjualan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Ace Hardware Grand Indonesia. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION: Economic, Accounting, Management and Business*, 5(2), 284-290.
- Arifin, A., Widayanto, M. T., dan Hermanto, H. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Distribusi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 5(2), 10-21.
- Bansaleng, J. M., Sepang, J. L., dan Tampenawas, J. L. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Kartu Xl Di Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3).
- Dwipayana, M. K., dan Mandala, K. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Super Buah Di Pasar Anyar Sari Denpasar. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(5), 887-906.
- Ernawati, D. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Hi Jack Sandals Bandung. *JWM (Jurnal Wawasan Manajemen)*, 7(1), 17-32.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS Edisi Sembilan. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gunawan, C. (2021). Pengaruh Pemasaran Online dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian: Mebel Rumah Q-Ta. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, Dan Sosial (EMBISS)*, 1(2), 66-74.
- Harianto, D. (2013). Analisa Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Dan Atmosfer Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Konsumen Kedai Deja- Vu Surabaya. *Jurnal*
- Kahneman, D., Knetsch, J. L., dan Thaler, R. H. (1986). Fairness and the assumptions of economics. *Journal of business*, S285-S300.
- Kotler, Philip, and Gary Armstrong. (2019). *Principles of Marketing*. 17th ed. Erlangga.
- Kotler, Philip, Kevin Lane Keller, and Alexander Chernev. (2022). *Marketing Management*. 16th ed. Pearson Education.
- Laksana, Fajar. (2008). *Manajemen Pemasaran (Edisi 1)*. Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.
- Maiza, F., Sutardjo, A., dan Hadya, R. (2022). Pengaruh kualitas dan harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada toko Nazurah Hijab di Kubang Tungkek Kabupaten Lima Puluh Kota. *Matua Jurnal*, 4(2), 375-386.
- Mukti, M. Y. D. (2015). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada mebel CV Jati Endah Lodoyo Blitar). *Jurnal Riset Mahasiswa Ekonomi (RITMIK)*, 2(1).
- Mustafa, R., dan Setiawan, P. Y. (2022). Pengaruh Kewajaran Harga, Kualitas Produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian barang bekas di toko Bedugul Ex Hotel & Resto. *E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana*, 11(5), 927-947.
- Mutannisa, I., Nasution, U. H., dan Zulkarnain, M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Jual Furniture Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Terusan Indah Perkasa Di Komplek Perumahan Citraland Bagya City Kab. Deli Serdang. *Journal Economic Management and Business*, 1(1), 45-54.
- Nurahmasari, S. C. (2023). Pengaruh Gaya Hidup, Kepribadian dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Toko Hijab Umami Collection (Doctoral dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Oscardo, J., Purwati, A. A., & Hamzah, M. L. (2021). Inovasi Produk, Persepsi Harga, Pengalaman Konsumen dan Strategi Positioning dalam Meningkatkan Keputusan Pembelian Pada PT. Cahaya Sejahtera Riau Pekanbaru. *INVEST: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 2(1), 64-75.



- Ridwan, M., dan Desi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian Mebel pada Collection Furniture di Pondok Bambu. *Kinerja*, 3(02), 245-263.
- Sicillia, M. (2019). Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Yang Berdampak Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Pt Bank Ocbc Nisp, Tbk Cabang Green Garden. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 84-97.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi (Edisi 1)*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Sugiatnomo, S. (2020). Pengaruh Atmosfer Toko, Potongan Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Ace Hardware Cabang BG Junction Surabaya (Doctoral dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. 2 ed. Alfabeta.
- Suprpti, Ni Wayan Sri. (2010). *Perilaku Konsumen: Pemahaman dasar dan aplikasinya dalam strategi pemasaran*. Bali: Universitas Udayana Bali.
- Syahid, S. U., dan Subarjo. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Sentra Industri Mebel Desa Serenan Kecamatan Juwiring Kabupaten Klaten. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 2854-2863.
- Tamimi, E. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Promosi, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada IKEA Indonesia) (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana).
- Tjiptono, Fandy. (2015). *Strategi Pemasaran (Edisi 4)*. Andi Offset.
- Wahyuni, N. P. L., dan Rahanatha, G. B. (2020). Peran citra merek memediasi pengaruh kewajaran harga terhadap keputusan pembelian produk onlineshop Zalora di Denpasar (Doctoral dissertation, Udayana University).
- Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Widayat. (2004). *Metode Penelitian Pemasaran Edisi Pertama: Cetakan Pertama*. UMM Press. Malang
- Xia, L., Monroe, K. B., and Cox, J. L. (2004). The price is unfair! A conceptual framework of price fairness perceptions. *Journal of marketing*, 68(4), 1-15.

Yusni, N. W. S., Mendra, I. W., dan Atmaja, N. P. C. D. (2019). Pengaruh Personal Selling, Pengembangan Produk, dan Kewajaran Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Di PT. Orindo Alam Ayu (ORIFLAME) Denpasar. *VALUES*, 1(1).



# Pengaruh Kualitas Produk, Kewajaran Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Karya Giri Palma Mebel Malang

## ORIGINALITY REPORT

2%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

2%

STUDENT PAPERS

## PRIMARY SOURCES

1

Submitted to University of Muhammadiyah Malang

Student Paper

2%

Exclude quotes On

Exclude matches < 2%

Exclude bibliography On



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

Tanggal : 10/6/2024

Kode : 2398122858  
Nama : Cindi Amalia  
NIM : 202010160311176  
Prodi : Manajemen  
Naskah publikasi : LULUS  
Penerjemah Abstrak : Selesai

Kepala LIP



Kenny Roz, S.Kom., M.M

