

## Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga Dan Penggunaan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com

Hermansyah<sup>1</sup>, Imla Regita<sup>2</sup>,  
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi  
Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia  
Email: [hermansyah.chan@gmail.com](mailto:hermansyah.chan@gmail.com), [imlar24@gmail.com](mailto:imlar24@gmail.com)

### Abstract.

*This research aims to find out how much influence product quality, discounts, and use of Instagram have on purchasing decisions at Juragansapi.com. The population in this research is all consumers who buy products at Juragansapi.com. Sampling in this research used Hair.et.al theory to obtain a sample of 190 respondents. The research method used is a quantitative approach with an associative type of research. The data analysis techniques used are descriptive analysis, instrument test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, t test, f test, coefficient of determination test with the SPSS version 26 program. The results of the study show that there is a partially significant influence between product quality (X1) on purchasing decisions (Y) of 44.9%, there is a partial significant influence between discounts (X2) on purchasing decisions (Y) of 51.8%, and there is a partial significant effect of Instagram use (X3) on purchasing decision (Y) was 46.3%. The results of the research conducted show that simultaneously product quality (X1), price discounts (X2), and there is a partial significant influence on the use of Instagram (X3) at Juragansapi.com (Y) amounting to 63.9% and the remaining 36, 1% is influenced by other variables not examined in this research.*

**Keywords:** Product Quality, Price Reduction, Instagram Usage, and Purchase Decisions

©2024 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

*Profile and corresponding author :* Imla Regita adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530. *Corresponding Author:* [hermansyah.chan@gmail.com](mailto:hermansyah.chan@gmail.com), [imlar24@gmail.com](mailto:imlar24@gmail.com)

*How to cite this article :* Hermansyah, Regita Imla, "Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga Dan Penggunaan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com", *Adbispreneur*, 5 (1), pp. 72 - 79 . Available at: <https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI>

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Penelitian

Pangan merupakan salah satu hal penting dalam memenuhi kebutuhan pokok manusia. Manusia memerlukan asupan makanan yang bergizi untuk memenuhi kebutuhan nutrisi. Salah satu sumber makanan manusia untuk memenuhi kebutuhan nutrisi adalah dengan mengkonsumsi bahan pangan hewani. Bahan pangan hewani, khususnya hasil produk peternakan, sangat umum dan populer di masyarakat. Perkembangan bisnis peternakan, terutama dalam produksi daging sapi, berpengaruh begitu besar terhadap ketahanan pangan dan perekonomian masyarakat. Daging sapi adalah salah satu sumber protein hewani yang penting untuk memenuhi kebutuhan nutrisi masyarakat. Sehingga menyebabkan kompetitor peternak sapi semakin banyak bermunculan saling

menawarkan kelebihan produk – produknya yang akan diberikan kepada konsumen baik dari segi produk daging beku, segar, dan olahan daging lainnya.

**Tabel 1**  
**Jumlah Peternak Sapi Potong Di Indonesia**

<b>Tahun</b>	<b>Peternak Sapi Potong Di Indonesia</b>
2018	16.432.945
2019	16.930.025
2020	17.440.393
2021	17.977.214
2022	18.610.148

Sumber: Badan Pusat Statistik

Berdasarkan Tabel 1.1 diketahui bahwa Dari data lima tahun terakhir di Indonesia, perkembangan peternak sapi potong di Indonesia mengalami peningkatan pada tahun 2018 hingga tahun 2022. Pada tahun 2018 sebanyak 16.432.945, kemudian di tahun 2019 sebanyak 16.930.025, lalu di tahun 2020 sebanyak 17.440.393, di tahun 2021 sebanyak 17.977.214 dan di tahun 2022 sebanyak 18.610.148. Data ini menunjukkan perkembangan terhadap peternak sapi yang terus meningkat.

Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, diantaranya yaitu kualitas produk, potongan harga, dan penggunaan instagram. Kualitas produk selalu menjadi hal yang dipertimbangkan saat konsumen membuat keputusan untuk membeli produk. Produk yang dapat diterima konsumen adalah produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen dengan tingkat kecacatan produk seminimal mungkin. Namun, Juragansapi.com masih memiliki kendala dalam kualitas produk, terutama pada kemasan produk. Sehingga hal ini menyebabkan konsumen merasa kurang nyaman pada saat melakukan pembelian di Juragansapi.com.

Selain itu, faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu potongan harga. Potongan harga tersebut dilakukan untuk menarik perhatian konsumen baru yang belum pernah membeli produk di Juragansapi.com, dan menarik perhatian konsumen lama agar semakin banyak membeli produk – produk Juragansapi.com. Namun potongan harga yang ditawarkan Juragansapi.com belum dapat menarik konsumen, dikarenakan potongan harga yang diberikan hanya berlaku untuk produk tertentu, dan tidak semua produk mendapatkan diskon.

Penggunaan Instagram juga menjadi salah satu faktor dalam melakukan keputusan pembelian. Juragan sapi memiliki beberapa media sosial, salah satunya Instagram dengan nama akun @juragansapi.com. Namun, berdasarkan aktivitas profil bahwa dalam 90 hari terakhir terhitung dari 19 Maret hingga 16 Juni terjadinya penurunan dari kunjungan profil menurun sebesar 8,1%, lalu pada ketukan tautan eksternal juga mengalami penurunan sebesar 16,7%, dan diikuti dengan penurunan ketukan alamat bisnis sebesar 20%.

Oleh karena itu peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga dan Penggunaan Instagram terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com.

## LITERATUR REVIUW

### Kajian Pustaka

#### 1. Administrasi

Menurut Muhammad (2019:1) Administrasi diartikan sebagai suatu proses pengorganisasian sumber – sumber sehingga tugas pekerjaan dalam organisasi tingkat apa pun dapat dilaksanakan dengan baik.

#### 2. Administrasi Bisnis

Menurut Kamaluddin (2017:1) dalam Ulfa (2021:6), administrasi bisnis merupakan suatu fungsi yang memegang peranan yang sangat penting terhadap tercapainya kelancaran usaha kegiatan, maupun aktivitas yang dilakukan oleh perusahaan / organisasi.

#### 3. Bisnis Internasional

Menurut Syahrizal, dkk (2022:683) Pengertian bisnis internasional yaitu suatu kegiatan bisnis yang dilakukan antara negara yang satu dengan negara yang lain.

#### 4. Manajemen Pemasaran

Menurut Mustafa, dkk (2024:4) manajemen pemasaran adalah kegiatan bisnis yang bertujuan menciptakan, mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk ataupun jasa yang dapat memuaskan pelanggan.

#### 5. Kualitas Produk

Menurut Pahmi (2024:4) Kualitas Produk adalah kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan yang mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

Menurut Riyono (2016:99) dalam Susanto (2023:19) dimensi kualitas produk yaitu:

- 1) Performance (kinerja)
- 2) Durability (daya tahan)
- 3) Conformance to specifications (kesesuaian dengan spesifikasi)
- 4) Features (fitur)
- 5) Reliability (keandalan)
- 6) Aesthetics (estetika)
- 7) Perceived quality (kesan kualitas)

#### 6. Potongan Harga

Menurut Baskara (2018:88) dalam Cahya dkk (2020:134) diskon adalah suatu strategi pengurangan harga yang dilakukan oleh suatu perusahaan dari harga yang sudah ditetapkan, strategi tersebut dilakukan demi menciptakan impulse buying untuk meningkatkan penjualan produk.

Menurut Sutisna (2002:300) dalam Wulandari (2020:34) potongan harga adalah pengurangan harga produk dari harga normal dalam periode tertentu. Yang menjadi dimensi potongan harga atau discount adalah :

- 1) Besarnya potongan harga
- 2) Masa Potongan Harga
- 3) Jenis produk yang mendapatkan potongan harga

## 7. Penggunaan Instragam

Menurut Salmiah (2020:7) dalam Sinaga dan Mustikasari (2022:535) Instagram merupakan platform yang mengutamakan visual dengan estetika yang mempesona dan video dapat diterima audiens di seluruh platform nya.

Media sosial seperti Instagram mempunyai beberapa dimensi yang saling mempengaruhi satu sama lain, menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller (2016:642) dalam Fadhilah (2019:37–38) media sosial memiliki beberapa dimensi yang mendukung dan berpengaruh terhadap media sosial, dimensi ini saling berkaitan satu sama lain, berikut dimensi media sosial:

- 1) Social presence
- 2) Media richnes
- 3) Self disclosure

## 8. Keputusan Pembelian

Tjiptono (2020:21) dalam Tua, dkk (2022:143) keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian.

Kotler & Armstrong (2016:188) dalam Soetanto, dkk (2020:64) mengemukakan keputusan pembelian memiliki dimensi sebagai berikut:

- 1) Pilihan Produk
- 2) Pilihan Merek
- 3) Pilihan Penyalur
- 4) Waktu Pembelian
- 5) Jumlah Pembelian
- 6) Metode Pembayaran

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas produk, potongan harga, dan penggunaan instagram) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Juragansapi.com. Populasi penelitian ini adalah konsumen pengguna instagram yang melakukan pembelian di Juragansapi.com. Penentuan sampel penelitian menggunakan Hair.et.al (2010:112) dalam Eti Rochaety (2019:111), menyatakan bahwa "jika populasi tidak diketahui, jumlah sampel minimal sebanyak 61 adalah 5 kali lipat dari jumlah item pertanyaan dalam kuesioner." Dalam penelitian ini, terdapat total 38 pernyataan, sehingga hasil perhitungan sampel adalah sebagai berikut: Jumlah sampel =  $38 \times 5 = 190$  sampel.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Juragansapi.com

Berdasarkan hasil analisis mengenai kualitas produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa nilai koefisien regresi pada variabel kualitas produk sebesar 0,333, yang berarti bahwa jika variabel kualitas produk meningkat satu satuan dan konstanta (a) adalah 0, maka nilai kualitas produk meningkat sebesar 0,333.

Pada hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai thitung lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $12.366 > 1.972$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi  $r$  square adalah sebesar  $0,449$ , hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk memberikan kontribusi sebesar  $44,9\%$  terhadap keputusan pembelian dan sisanya  $55,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Darul Anisah Nur Khasanah dan Suyatmi pada tahun 2023 dalam judul "Peran Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion Bestta.ID" yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

## **2. Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Juragansapi.com**

Berdasarkan hasil analisis mengenai potongan harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa nilai koefisien regresi pada variabel potongan harga sebesar  $0,637$ , yang berarti bahwa jika variabel potongan harga meningkat satu satuan dan konstanta ( $a$ ) adalah  $0$ , maka nilai potongan harga meningkat sebesar  $0,637$ .

Pada hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel potongan harga memiliki nilai thitung lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $14.200 > 1.972$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi  $r$  square adalah sebesar  $0,518$ , hal ini dapat diartikan bahwa potongan harga memberikan kontribusi sebesar  $51,8\%$  terhadap keputusan pembelian dan sisanya  $48,2\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Anggun Prabarini, Budi Heryanto dan Puji Astutik pada tahun 2018 dalam judul "Pengaruh Promosi Penjualan Dan Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Kecantikan Wardah Di Toserba Borobudur Kediri" yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara potongan harga terhadap keputusan pembelian.

## **3. Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Juragansapi.com**

Berdasarkan hasil analisis mengenai penggunaan instagram secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa nilai koefisien regresi pada variabel penggunaan instagram sebesar  $0,357$ , yang berarti bahwa jika variabel penggunaan instagram meningkat satu satuan dan konstanta ( $a$ ) adalah  $0$ , maka nilai penggunaan instagram meningkat sebesar  $0,357$ .

Pada hasil uji t dapat dilihat bahwa variabel penggunaan instagram memiliki nilai thitung lebih besar dari  $t_{tabel}$  yaitu  $12.742 > 1.972$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima dengan nilai signifikan  $0,000 < 0,05$ . Nilai koefisien determinasi  $r$  square adalah sebesar  $0,463$ , hal ini dapat diartikan bahwa penggunaan instagram memberikan kontribusi sebesar  $46,3\%$  terhadap keputusan pembelian dan sisanya  $53,7\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanny P Chandra, Daniel L Pakiding, Uli U Bubun, dan Westerini Lusdani pada tahun 2022 dalam judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Kaum Millenial Di Restoran Gokana Ramen & Teppan Mall Ratu Indah Makassar" yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial instagram berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian.

#### 4. Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, Dan Penggunaan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Di Juragansapi.com

Berdasarkan hasil analisis mengenai kualitas produk, potongan harga, dan penggunaan instagram secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil penelitian bahwa nilai konstanta sebesar 6.462, yang berarti bahwa jika variabel kualitas produk, potongan harga, dan penggunaan instagram tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka Nilai Keputusan Pembelian adalah sebesar 6.462.

Pada hasil uji f dapat dilihat bahwa nilai  $f_{hitung}$  lebih besar dari  $f_{tabel}$  yaitu  $109.866 > 2,42$  dengan nilai signifikan yaitu  $0,000 < 0,05$  yang artinya  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Nilai koefisien determinasi r square adalah sebesar 0,639, hal ini dapat diartikan bahwa kualitas produk, potongan harga dan penggunaan instagram memberikan kontribusi sebesar 63,9% terhadap keputusan pembelian dan sisanya 36,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti didalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Indira Tri Winalda & Tri Sudarwanto pada tahun 2022 dalam judul "Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Makan Bebek Sinjay Bangkalan", Andoko Wicaksono & Shita Lusi Wardhani pada tahun 2022 dalam judul "Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Potongan Harga, Lokasi Strategis, Dan Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Se'i Sapi Kana Yogyakarta", dan Nurhidayati, Lalu Andre Saputra, dan Cindra Wangi pada tahun 2022 dalam judul "Pengaruh Sosial Media Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Cabang Praya" yang menunjukkan bahwa kualitas produk, potongan harga, dan penggunaan instagram berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

## SIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas produk, potongan harga dan penggunaan instagram terhadap keputusan pembelian di Juragansapi.com, maka dapat diambil kesimpulannya yaitu dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui Kualitas Produk secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com sebesar 44,9%. Potongan Harga secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com sebesar 51,8%. Penggunaan Instagram secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com sebesar 46,3%. Dan Kualitas Produk, Potongan Harga, Dan Penggunaan Instagram secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Juragansapi.com sebesar 63,9%.

### Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan yaitu Juragansapi.com sebaiknya mempertahankan kualitas produk dan kemasan, selain itu pastikan produk selalu sesuai spesifikasi dan menyediakan berbagai pilihan potongan dan ukuran. Dengan melakukan survei kepuasan pelanggan secara berkala dan menjaga konsistensi dalam proses produksi, Juragansapi.com dapat membuat pelanggan tetap loyal dan tidak beralih ke kompetitor.

Juragansapi.com sebaiknya mempertahankan potongan harga yang besar dan potongan harga dalam waktu yang lama. Hal tersebut dapat membuat konsumen lebih tertarik membeli produk yang menawarkan potongan harga, dan konsumen merasa lebih puas ketika produk yang

disukainya sedang diskon, sehingga dapat meningkatkan daya tarik dan kepuasan konsumen, serta mendorong pembelian berulang.

Juragansapi.com sebaiknya mempertahankan respons cepat terhadap pertanyaan dengan mengaktifkan notifikasi dan fitur Quick Replies. Selain itu, untuk selalu memberikan informasi terbaru melalui posting rutin dan Stories, serta memberikan informasi yang jelas. Variasikan konten promosi untuk menarik perhatian konsumen. Membangun hubungan dengan membalas komentar dan pesan, serta minta feedback untuk meningkatkan layanan sehingga dapat menarik banyak perhatian dari para pengguna Instagram.

## **DAFTAR PUSTAKA**

### **Buku**

- Danuri & Maisaroh. (2020). *Administrasi Dan Supervisi Pendidikan*. Palembang: Tunas Gemilang Press.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisa Multivariat dengan Program IBM SPSS 26*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Muhammad. (2019). *Pengantar Ilmu Administrasi Negara*. Sulawesi: Unimal Press.
- Mustafa, dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Penamuda Media.
- Pahmi. (2024). *Kualitas Produk Dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. Makassar: Nasmedia.
- Phillip Kotler & Gary Armstrong. (2018). *Principles of Marketing*, Edisi: 17, England: Pearson Education.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2022). *Marketing Management*, 16th edition. Harlow : Pearson Education.
- Pratama, dkk. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran: Analisis Dan Strategi Di Era Digital*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Cetakan Kedua Puluh Enam. Bandung : Alfabeta.
- Tjiptono Fandy & Anastasia Diana. (2020). *Pemasaran*. Jakarta: Andi.
- Yasa & Santra. (2023). *Bisnis Internasional (Kajian Empirik Tentang : Transaksi Ekonomi Perdagangan Dan Aliansi Strategik Internasional)*. Ponorogo: Uwais Inspirasi Indonesia

### **Jurnal**

- Cahya, A. D., Hajati, N., & Basalama, M. R. (2020). Pengaruh Diskon, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Konsumen Pengguna Jasa Foto Bo Production). *E-JRM: Elektronik Jurnal Riset Manajemen*, 9(02). Diakses Pada 29 April 2024.
- Fadhillah, M. A. (2019). *Pengaruh Media Sosial Dan Suasana Toko Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Restoran Dapoer Penyet Cabang Festival Citylink* (Doctoral

- Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas Bandung).Diakses Pada 27 April 2024.
- Iskandar, N. M. (2022). Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Isotonik Pocari Sweat (Doctoral Dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta). Diakses Pada 29 April 2024.
- Kartini, K., Syahrina, J., Siregar, N., & Harahap, N. (2022). Penelitian Tentang Instagram. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan dan Informasi*, 2(2), 20-26. Diakses Pada 15 Mei 2024.
- Kimkuri, W., & Buntu, B. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Kendaraan Bermotor Yamaha Mio Pada Pt. Hasjrat Abadi Kota Jayapura. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 8-16. Diakses Pada 15 Mei 2024.
- Kulsum, U. (2021). Analisis Pengaruh Kepercayaan Konsumen Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Membeli Genteng Merk Karang Penang Madura Pada Ud. Anugrah Indah Lumajang. Diakses pada 24 April 2024.
- Nurhayati, S. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Diskon terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa Yogyakarta di Shopee. *Albama: Jurnal Bisnis Administrasi dan Manajemen*, 15(2), 24-40. Diakses Pada 24 April 2024.
- Sari, D. I., & Mansyur, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Interpersonal dan Corporate Social Responsibility terhadap Citra Perusahaan PT Mitrabara Adiperdana TBK di Kalimantan Utara. *JAMBIS: Jurnal Administrasi Bisnis*, 1(3), 125-132. Diakses Pada 29 April 2024.
- Sinaga, E. P. S., & Mustikasari, A. (2022). Pengembangan Konten Social Media Pada Instagram UMKM Lycies Bento Tahun 2022. *eProceedings of Applied Science*, 8(5). Diakses Pada 29 April 2024.
- Sitepu, C. N. B., & Sembiring, M. (2022). Analisis Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Regionomic*, 4(1), 29-34. Diakses Pada 13 Mei 2024.
- Susanto, A. (2023). Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Sehat, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Antis Handsanitizer Di Jakarta Selatan (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional). Diakses Pada 29 April 2024.
- Syahrizal, M. S. M., Sri, B. S. M. P. B., Poernomo, M., & Agoestyowati, R. A. R. (2022). Analisis Proses Penanganan Impor Melalui Freight Forwarder Pada Pt. Surya Cemerlang Logistik. *Jambis: Jurnal Administrasi Bisnis*, 2(5), 681-692. Diakses Pada 7 Juli 2024.
- Ulfa, K. M. (2021). Pelaksanaan Administrasi Proyek Jasa Cleaning Service Pt Sli 88 Di Tunjungan Plaza Surabaya (Doctoral Dissertation, Politeknik Nsc Surabaya). Diakses Pada 25 April 2024.
- Wulandari, N. (2020). Pengaruh Potongan Harga (Price Discount) Terhadap Keputusan Impulse Buying Pada Perusahaan Ritel Jumbo Mart (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau). Diakses Pada 15 Mei 2024.