

## **Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen**

*Irfan Rizqi Pangestu<sup>1</sup>, Ana Febriyanti<sup>2</sup>, Aprilliya Galuh Pratiwi<sup>3</sup>, Ajeng Dyah Pramesti<sup>4</sup>, Marjam Desma Rahadhini<sup>5</sup>*

*Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia<sup>1</sup>  
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia<sup>2</sup>  
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia<sup>3</sup>  
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia<sup>4</sup>  
Universitas Slamet Riyadi, Surakarta, Indonesia<sup>5</sup>*

*Email: [Irfan.rizqi01pangestu@gmail.com](mailto:Irfan.rizqi01pangestu@gmail.com)<sup>1</sup>*

**Abstract:** *This study aims to determine the effect of price and service quality of Lumpia Beef Sini Suka on consumer purchasing decisions. Quantitative research methods with descriptive approaches were used in this study by collecting primary data from interviews and questionnaires. The sampling technique used was random sampling to 40 customers of Lumpia Beef Sini Suka with nonprobability sampling method. The data analysis used in the study was descriptive analysis and inductive analysis through multiple linear regression analysis. The results of the study showed that, 1) respondents considered that Lumpia Beef Sini Suka Sragen was quite affordable and could compete with similar products 2) the service quality of Lumpia Beef Sini Suka Sragen was sufficient. According to the results of quantitative analysis, the coefficient of determination in this study is 50.9%, which indicates that the variability of purchasing decisions is proven to be influenced by price and service quality. Affordable prices and good service quality are two important variables that have the potential to increase buyer interest and thus increase the probability of buyers to buy Lumpia Beef Sini Suka products.*

**Keywords:** *Consumer Decisions; Price; Quality Service*

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan dari Lumpia Beef Sini Suka terhadap keputusan pembelian konsumen. Metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif digunakan dalam penelitian ini dengan menghimpun data primer hasil wawancara dan kuesioner. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah random sampling kepada 40 pelanggan Lumpia Beef Sini Suka dengan metode nonprobability sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian adalah analisis deskriptif dan analisis induktif melalui analisis regresi linear berganda. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa, 1) responden menilai bahwa Lumpia Beef Sini Suka Sragen cukup terjangkau dan dapat bersaing dengan produk sejenis 2) kualitas pelayanan Lumpia Beef Sini Suka Sragen cukup. Menurut hasil analisis secara kuantitatif, koefisien determinasi Dalam penelitian ini adalah 50,9% yang menandakan bahwa variabilitas keputusan pembelian terbukti dipengaruhi oleh harga dan kualitas pelayanan. Harga yang terjangkau dan kualitas pelayanan yang baik merupakan dua variabel penting yang berpotensi meningkatkan minat pembeli sehingga meningkatkan probabilitas pembeli untuk membeli produk Lumpia Beef Sini Suka.

**Kata Kunci:** *Keputusan Pembelian; Harga; Kualitas Pelayanan*

### **PENDAHULUAN**

Saat ini perkembangan bisnis di Indonesia cukup terbilang sangat pesat di bidang kuliner atau makanan, karena kuliner merupakan kebutuhan sehari-hari dari masyarakat. Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya bisnis kuliner yang berkembang saat ini. Salah satunya adalah lumpia beef, Lumpia beef ini memiliki peluang yang menjanjikan karena tengah digandrungi oleh kawula muda. Usaha lumpia beef ini merupakan salah satu kegiatan usaha mikro kecil menengah (UMKM). Semakin meningkatnya pertumbuhan UMKM di Indonesia, maka kompetisi pasarpun akan menjadi semakin ketat. Dilihat dari perkembangan usaha lumpia beef di daerah Sragen yang sudah menjamur sehingga pelaku usaha mempunyai banyak kompetitor. Pelaku usaha yang tidak mampu bersaing dan mempertahankan eksistensinya dibidang usaha kuliner lumpia beef maka lama

kelamaan akan tergeser posisinya. Dilihat dari sisi konsumen saat ini, mereka lebih selektif dalam memilih suatu produk. Konsumen tidak hanya mencari produk yang berkualitas saja tetapi pelaku usaha juga diuntut untuk memenuhi harapan konsumen. Dalam hal ini pelaku bisnis dapat meningkatkan usahanya dari segi harga, dan kualitas pelayanan yang cocok dengan keadaan kawasan usahanya agar mampu bertahan dan memenangi persaingan pasar.

Keputusan pembelian merupakan aspek penting dalam menjaga kelangsungan bisnis suatu perusahaan. Proses pengambilan keputusan seorang pelanggan didalam melakukan pembelian tentu beragam bergantung dari jenis keputusan pembelian. Menurut Buchari (2018:96) keputusan pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing – masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, kemudian mengarah pada keputusan pembelian. Sebelum memutuskan untuk membeli suatu produk, seorang konsumen pada dasarnya melakukan proses pengambilan keputusan terlebih dahulu.

Harga sebagai salah satu bahan pertimbangan sekaligus aspek utama yang dapat mempengaruhi pelanggan dalam melaksanakan suatu pembelian. Menurut Kotler dan Armstrong (2018, p. 308), harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk sejumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang atau jasa. Semakin terjangkau harga yang ditawarkan, maka akan semakin meningkat minat konsumen yang ingin membeli produk tersebut. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Cut Tari Fadila yang menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada toko roti dan kue boy di banda aceh. Berbeda dengan pernyataan Rizky Melinda, Muhammad Yusuf, Nurrahman (2022) yang menyatakan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada keripik tulang muda sapi sinar.

Kualitas pelayanan juga menjadi salah satu pertimbangan pelanggan dalam membuat keputusan pembelian. Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Pelayanan dapat dinyatakan berkualitas kalau yang dialami konsumen sesuai atau lebih dari yang diinginkan. kualitas pelayanan yang baik juga dapat meningkatkan daya beli konsumen. Pernyataan tersebut didukung dengan penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Soleh Hanuridin, Muhyidin Arifin, Siti Nur Qomariyah (2020) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Pie Fenty Jombang. Berbeda dengan pernyataan Safarudin Baihaky, Ahmad Nizar Yogatama, Rita Indah Mustikowati (2022) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada tokkebi snacks malang.

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Umkm Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen".

## **METODE PENELITIAN**

Lokasi yang dijadikan sebagai objek penelitian adalah produk Lumpia Beef Sini Suka di Sragen. Populasi dalam penelitian ini konsumen yang membeli produk Lumpia Beef Sini Suka di Sragen yang tidak diketahui jumlahnya atau infinit. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan sampling acak sederhana (simple random sampling) dan diambil sampel 40 orang terdiri dari berbagai kalangan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kusioner. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reabilitas, uji multikolinearitas, uji autokorelasi, uji heteroskedastisitas, uji normalitas, regresi linear berganda, uji T, uji F, uji R2.

## **HASIL PENELITIAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menguji kuesioner sebagai instrument (alat) dalam penelitian apakah valid untuk mengambil data. Berikut hasil pengujian validitas :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Harga (X1)

Item Pernyataan	P value	Kriteria	Keterangan
X1.1	0,000	0,05	Valid
X1.2	0,000	0,05	Valid
X1.3	0,000	0,05	Valid
X1.4	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa semua item pernyataan variabel harga (X1) yang diajukan kepada responden sebanyak 4 pernyataan dinyatakan valid karena p value < 0,05.

Tabel 2. Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Item Pernyataan	P value	Kriteria	Keterangan
X2.1	0,000	0,05	Valid
X2.2	0,000	0,05	Valid
X2.3	0,000	0,05	Valid
X2.4	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa semua item pernyataan variabel kualitas pelayanan (X2) yang diajukan kepada responden sebanyak 4 pernyataan dinyatakan valid karena p value < 0,05.

Tabel 3. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Item Pernyataan	P value	Kriteria	Keterangan
Y.1	0,000	0,05	Valid
Y.2	0,000	0,05	Valid
Y.3	0,000	0,05	Valid
Y.4	0,000	0,05	Valid

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji validitas tersebut dapat diketahui bahwa semua item pernyataan variabel Keputusan Pembelian (Y) yang diajukan kepada responden sebanyak 4 pernyataan dinyatakan valid karena p value < 0,05.

### Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji kehandalan kuesioner. Kuesioner dikatakan handal / reliabel bila jawaban responden adalah konsisten dari waktu ke waktu. Hasil uji reliabilitas variabel penelitian dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Harga (X1)	0,837	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	0,909	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,698	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji Reliabilitas dapat diketahui bahwa semua item pernyataan mengenai variabel harga (X1), kualitas pelayanan (X2), dan keputusan pembelian (Y) adalah reliabel karena nilai Cronbach's alpha > 0,60.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas yaitu untuk menguji apakah model regresi ada korelasi antar variabel bebas, dengan menganalisa matrik korelasi antar variabel independen melalui perhitungan nilai tolerance dan VIF menggunakan program SPSS. Hasil uji multikolinearitas dilihat pada tabel berikut:

Tabel 5. Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.457	1.601		2.159	.037		
	x1	.545	.189	.564	2.875	.007	.327	3.063
	x2	.180	.183	.193	.983	.332	.327	3.063

a. Dependent Variable: y

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas diperoleh bahwa hasil menunjukkan Batas dari tolerance value adalah 0,10 dan batas VIF adalah 10 jika tolerance value > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka tidak terjadi multikolinearitas sebaliknya apabila tolerance value < 0,10 dan nilai VIF > 10 maka terjadi multikolinearitas.

### Uji Autokorelasi

Tabel 5. Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	-.09649
Cases < Test Value	20
Cases ≥ Test Value	20
Total Cases	40
Number of Runs	24
Z	.801
Asymp. Sig. (2-tailed)	.423

a. Median

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil uji run test residual diperoleh menunjukkan p value sebesar 0,423 > 0,05, ini berarti antara residual tidak terdapat hubungan korelasi, sehingga tidak terjadi autokorelasi.

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.056	.926		1.140	.262
	x1	.019	.110	.050	.173	.864
	x2	-.030	.106	-.081	-.282	.780

a. Dependent Variable: ABSRes\_1

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil uji heteroskedastisitas menunjukkan p value untuk variabel harga (X) sebesar 0,262, kualitas pelyanan (X2) sebesar 0,864, dan kualitas informasi (X) sebesar 0,780 semua p value > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa antar variabel yang digunakan tidak terjadi heteroskedastisitas.

### Uji Normalitas

Tabel 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		40
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000

	Std. Deviation	1.11147827
Most Extreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.100
	Negative	-.128
Test Statistic		.128
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber: Data primer yang diolah, 2023

Hasil pengolahan uji normalitas menggunakan uji statistic non parametric Kolmogrov Smirnov (K-S) hasil pengolahan data K-S diperoleh p value  $0,95 > 0,05$ . Hal ini menunjukkan keadaan yang tidak signifikan, berarti  $H_0$  diterima artinya bahwa data residual berdistribusi normal.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 8. Hasil Pengujian Regresi Linier Berganda

Variabel	B	T	Sig.
(constant)	3.457	2.159	.037
Harga	.545	2.875	.007
Kualitas Pelayanan	.180	.983	.007

Sumber: Data primer diolah, 2023

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan sebagai berikut :

$$Y = 3,457 + 0,545 X_1 + 0,180 X_2$$

Interpretasi dari persamaan regresi tersebut adalah :

a : 3,457 (positif) artinya jika harga ( $X_1$ ), kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sama dengan nol, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) adalah positif.

b 1 : 0,545 artinya apabila harga meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian pada Lumpia Beef Sini Suka di Sragen, dengan asumsi variabel kualitas pelayanan dianggap konstan/tetap.

b 2 : 0,180 artinya apabila kualitas pelayanan meningkat maka semakin baik artinya konsumen menganggap bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan meningkat, dengan asumsi variabel harga dianggap konstan/tetap

Berdasarkan hasil analisis, maka variabel yang dominan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Lumpia Beef Sini Suka di Sragen adalah variabel harga ( $X_1$ ), karena nilai koefisien regresi paling besar yaitu 0,545 daripada koefisien regresi variabel kualitas pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,180.

### Uji t

Uji t digunakan untuk menganalisis signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu menguji signifikansi pengaruh variabel bebas yang terdiri dari pengaruh harga ( $x_1$ ) dan kualitas pelayanan ( $x_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $y$ )

Tabel 5. Hasil Uji T

Variabel	B	T	Sig.
(constant)	3.457	2.159	.037
Harga	.545	2.875	.007
Kualitas Pelayanan	.180	.983	.007

Sumber: Data primer diolah, 2023

1. Pengujian signifikansi pengaruh harga ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ) sebagai berikut:

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 2,857 dengan p value sebesar  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis ke-1 yang berbunyi "Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen UMKM Lumpia Beef Sini Suka di Sragen ", terbukti kebenarannya.

2. Pengujian signifikansi pengaruh kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebagai berikut:

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 0,983 dengan p value sebesar  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan (X2) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis ke-2 yang berbunyi "Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen UMKM Lumpia Beef Sini Suka di Sragen", terbukti kebenarannya.

### Uji F

Uji F (Uji Ketetapan Model) untuk menguji ketepatan model yang digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel yang terdiri dari pengaruh harga (x1) dan kualitas pelayanan (x2) terhadap keputusan pembelian (y)

Tabel 6. Hasil Uji F

	Model	Sum of squares	Df	Mean square	F	Sig.
1	Regression	55.320	2	27.660	21.242	.000
	Residual	48.180	37	1.302		
	Total	103.500	39			

Sumber: Data yang diolah, 2023

Hasil analisis diperoleh F hitung sebesar 21,242 dengan p value sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti model penelitian yang digunakan untuk menguji pengaruh harga (X1), kualitas pelayanan (X2) terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) Lumpia Beef Sini Suka di Sragen tepat.

### Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan variable yang terdiri dari pengaruh harga (x1) dan kualitas pelayanan (x2) terhadap keputusan pembelian (y).

Tabel 7. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of the Estimate
1	.731a	.534	.509	1.14112

Sumber: Data yang diolah, 2023

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai Adjusted R Square = 0,534 berarti diketahui bahwa pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas yaitu harga (X1), kualitas pelayanan (X2) dan terhadap variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y) pada lumpia beef sini suka di Sragen sebesar 50,9% sedangkan sisanya  $(100\% - 50,9\%) = 49,1\%$  dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar variabel yang diteliti.

## PEMBAHASAN

### Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 2,857 dengan p value sebesar  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan harga (X1) terhadap keputusan pembelian (Y), sehingga hipotesis ke-1 yang berbunyi "Harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen UMKM Lumpia Beef Sini Suka di Sragen ". terbukti kebenarannya. Menurut Nasution et al. (2020) harga merupakan sesuatu yang sangat berarti bagi konsumen dan penjual. Bagi konsumen, harga merupakan biaya atas sesuatu. Sedangkan bagi penjual, harga merupakan salah satu dari sumber pendapatan atau keuntungan. Dapat disimpulkan bahwa harga ialah sejumlah uang yang dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk mendapatkan manfaat

dari barang/jasa yang diberikan oleh penyedia barang/jasa dan harga merupakan salah satu faktor penentu bagi pembeli untuk menentukan keputusan pembelian produk atau jasa. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Soleh Hanurudin, Muhyiddin Arifin, Siti Nur Qomariyah (2020), Cut Tari Fadila (2020), yang menunjukkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Lumpia Beef Sini Suka Sragen.

#### **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil analisis diperoleh nilai t hitung sebesar 0,983 dengan p value sebesar  $0,007 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan kualitas pelayanan ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ), sehingga hipotesis ke-2 yang berbunyi "Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian konsumen UMKM Lumpia Beef Sini Suka di Sragen", terbukti kebenarannya. Menurut Kotler (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan di persepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantinya akan menjadi pelanggan setia. Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Soleh Hanurudin, Muhyiddin Arifin, Siti Nur Qomariyah (2020), Rizkia melinda, Muhammad yusuf, Nurrahman (2022), yang menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Lumpia Beef Sini Suka Sragen.

#### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan. Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh langsung secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian yang berarti bahwa jika terjadi peningkatan harga dan Kualitas Pelayanan pada Lumpia Beef Sini Suka Sragen, maka akan diikuti peningkatan keputusan pembelian pada Lumpia Beef Sini Suka Sragen. Hal tersebut dikarenakan bagi sebagian konsumen menganggap harga dan Kualitas pelayanan akan menjadi pembanding dengan produk lumpia beef yang lain. Sehingga dapat disimpulkan peningkatan Harga dan Kualitas Pelayanan berbanding lurus dengan peningkatan Keputusan Pembelian di Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen.

#### **SARAN**

1. Sebaiknya Lumpia Beef Sini Suka Sragen lebih mementingkan harga disbanding kompetitornya apakah harganya lebih murah atau mahal dan juga memperhatikan manfaat dari produk yang dijualnya.
2. Sebaiknya Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen lebih memperhatikan pelayanan terhadap konsumen dan melakukan pelayanan secara baik dan lebih memberikan promo-promo yang diberikan dibanding para kompetitornya agar para konsumen lebih memilih Lumpia Beef Sini Suka ketimbang kompetitor lumpia lainnya.
3. Sebaiknya Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen semakin meningkatkan kepercayaan kepada konsumen bahwa melakukan pembelian di Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen tidak merugikan dalam proses transaksi saat melakukan transaksi.
4. Sebaiknya Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen lebih berusaha agar konsumen yakin bahwa melakukan pembelian di Lumpia Beef Sini Suka Di Sragen merupakan keputusan yang tepat dari pada memilih kompetitor lumpia lainnya.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, D. I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang. *Jurnal Ilmu Sosial*, 1, 85–104.
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021a). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175–183. <https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>
- Cahya, A. D., Andrian, R., Ramadhani, R. C., & Dwijayanti, E. (2021b). Pengaruh Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Roti Bakar 97). *JPEK*

*(Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Kewirausahaan)*, 5(1), 175-183.  
<https://doi.org/10.29408/jpek.v5i1.3444>

- Dewi, O. I., & Susanto, E. M. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Chang Tea Di Surabaya. *AGORA*.
- Dimas Sundawa, R., Kisworo, Y., & Wulandari, D. L. (2022). *Identifikasi Kepuasan Pengguna Bus Jakarta Airport Connexion Di Tinjau Dari Segi Kualitas Pelayanan Dan Harga (Studi Kasus Di Perum Pengangkutan Penumpang Djakarta)* (Vol. 12, Issue 2).
- Fadila, C. T., Farlian, T., & Ramly, A. (2020). The influence of Halal Label, Product Quality, and Price on Purchasing Decisions. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 3(1), 95-133. <https://doi.org/10.22515/jfib.v3i1.2627>
- Hanuridin, A. S., Arifin, M., Qomariyah, S. N., Fakultas, P. M., Universitas, E., & Hasbullah, K. A. W. (2020). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi UMKM Pia Fenty Jombang). *Jurnal Ekonomi Dan Perkembangan Bisnis*, 4, 73-89.
- Haruna, H. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Kopi Robusta Terhadap Kepuasan Konsumen di Lembang Kecamatan Simbuang Kabupaten Tana Toraja* (Vol. 1, Issue 2). <http://melatijournal.com/index.php/Metta>
- Melinda, R., Yusuf, M., & Rahman, N. (2022). *Hubungan Kualitas, Harga, Dan Kemasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Keripik Tulang Muda Sapi Sinar*.
- Ratna, A., Anggraini, D., Menuk, C., Handayani, S., Pgri, U., & Surabaya, A. B. (2021). *Pengaruh Harga Paket, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian kartu GSM Tri Airways On Pada Mahasiswa Fakultas Teknik Industri UNIPA Surabaya*.
- Riassta, I. Y., Kusnadi, E., & Ediyanto. (2022). Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening Pada Rumah Makan Angkringan 813 Bebek Balungan Di Situbondo. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneur (JME)*, 1, 1501-1510.
- Sinurat, Y. M., Nabila, T., Tinggi, S., Ekonomi, I., Karya, B., & Tinggi, T. (2022). THE EFFECT OF FACEBOOK SOCIAL MEDIA PROMOTION, PRODUCT QUALITY AND PRICE ON THE PURCHASE DECISION OF ZACK KREZZ CHIPS (CASE STUDY ON ZACK KREZZ CHIPS CUSTOMERS SEI RAMPAH DISTRICT. *MORFAI JOURNAL (Multidiciplinary Output Research For Actual and International Issue)*, 2.