

Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kasur Merek HOMMY Situs Tokopedia

Sanricky Wijaya¹⁾, Sutrisna²⁾

¹²Universitas Buddhi Dharma

Email : sanrickyw@gmail.com, trisna_5@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap tingkat pengaruh dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi pada keputusan pembelian. Penelitian ini membuktikan bahwa pengaruh tersebut positif dan memiliki signifikansi yang kuat. Dalam rangka penelitian, metode survei dilaksanakan melalui pengisian kuesioner dalam konteks penelitian deskriptif. Populasi dalam studi ini adalah pengguna Tokopedia, dengan 140 responden yang terpilih melalui teknik Quota Sampling berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan oleh penulis. Pendekatan analisis kuantitatif korelasi digunakan untuk mengkaji hubungan atau pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari analisis ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi memiliki kontribusi positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian kasur merek HOMMY di Tokopedia. Hal ini terlihat dari hasil uji T untuk masing-masing variabel, dimana kualitas produk menunjukkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,792 > 1,655$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, kualitas pelayanan mendemonstrasikan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($3,314 > 1,655$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, dan promosi menunjukkan $T_{hitung} > T_{tabel}$ ($2,192 > 1,655$) dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Peningkatan jumlah penduduk dari waktu ke waktu secara tidak langsung memperluas permintaan akan perumahan, yang secara alami mendorong kenaikan konsumsi barang-barang seperti mebel termasuk meja, kursi, sofa, tempat tidur, dan lain-lain. Hal ini berlangsung paralel dengan kemajuan sektor properti serta infrastruktur di Indonesia. HOMMY merupakan salah satu merek produk dalam negeri dimiliki oleh PT. Harmoni Abadi Mandiri yang menjalankan bisnisnya di bidang *furniture* atau mebel dengan produk utama berupa kasur *springbed* dan *mattress foam*, serta berbagai varian produk aksesoris tempat tidur mulai dari kasur lipat, bantal kepala, bantal guling, *mattress topper*, *mattress protector* dan lainnya termasuk produk ruang tamu yaitu berbagai jenis sofa. HOMMY sendiri belum memiliki toko fisik untuk menampilkan dan menjual produknya secara langsung kepada konsumen namun terdapat beberapa toko rekanan yang menjual produk-produk dari HOMMY, penjualannya lebih dominan dilakukan secara *online* melalui beberapa situs *e-commerce* yaitu tokopedia dan juga *shopee* atas dasar pertimbangan adanya peluang baru dalam menjual produk-produk *furniture* atau mebel secara *online*, dikarenakan masyarakat yang sudah sangat terbiasa untuk berbelanja secara *online* membuat kepercayaan masyarakat ikut meningkat dalam melakukan transaksi dan tidak lagi menghawatirkan ukuran, harga, ataupun cara pengiriman produk yang dibeli, karena selama produk tersebut dibeli sesuai aturan situs *e-commerce* yang dipilih dan dipercaya untuk bertransaksi, maka masyarakat akan tetap merasa aman dalam berbelanja secara *online*.

Seperti para pelaku bisnis pada umumnya, HOMMY tentu memiliki keinginan agar penjualan produknya bisa terus mengalami peningkatan, namun hingga saat ini produk HOMMY yang dipasarkan secara *online* melalui situs Tokopedia belum dapat mengungguli ataupun bersaing secara ketat dengan para kompetitor lainnya. Kualitas produk berperan penting dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen. Mereka menghendaki jaminan bahwa barang yang dipilih akan memenuhi harapan serta keperluan mereka dan tersedia dalam kondisi prima serta memuaskan. Terlebih lagi, kasur yang merupakan barang tahan lama sering kali hanya dibeli kembali oleh pelanggan apabila produk sebelumnya sudah tidak lagi nyaman atau layak digunakan. (& Murwaningsari, 2019; Adytya et al., 2024; Agustina et al., 2021; Alexander, Rini, et al., 2024; Alexander, Yanti Puspa Rini, et al., 2024; Andy, 2018; Andy & -, 2018; Andy & Megawati, 2019; Anggraeni et al., 2021; Antonia & Alexander, 2022; Apriliani & Nana, 2023; Asep Suhendar Aprilia, 2022; Asyari Adhitya, 2023; Avraini & Suhendra, 2023; Baringin, 2021; Brittany, Ravena Gabriela, 2022; Budi et al., 2024; Candraniawati & Suhendra, 2023; Charles & Gultom, 2023; Christianto & Gultom, 2024; Cindy Yonuari et al., 2024; Damma Setiawan & Mutiara Dewi, 2024; Dandi et al., 2023; Desilie et al., 2024; Dimas Mulia dan Alexander, 2023; Dinata et al., 2019; Elsi Deriah & Suhendra Suhendra, 2023; Erlina Sandya Prabawati & Arif Nugroho Rachman, 2022; Feny & Rini, 2024; Fransisca Imanuel, 2024; Fustriandi et al., 2022; Ginny & Andy, 2021; Gulo & Yoyo, 2022; Gultom & Gunawan, 2020; Handayani et al., 2024; Handry, 2022; Hanitha et al., 2022; Herdyanto, 2024; Hernawan et al., 2019, 2021a, 2021b; Hernawan & Andy, 2018, 2019; Istiyawari et al., 2021; Jonatan & Kiki, 2023; Juan Barus et al., 2021; Julian & Suhendra, 2023; Juniantan et al., 2023; Kiki, Samosir, et al., 2020; Kiki, Susanti, et al., 2020; Kiki & Arisona, 2021; Kiki & Marsella Yudhita, 2023; Kirtileka, 2024; Komara et al., 2024; Kristian & Yoyo, 2023; Kurniadi & Gultom, 2023; Kurniawan et al., 2023; Kusnawan et al., 2019, 2020; Limajatini et al., 2023, 2024, 2019, 2022; Liman et al., 2024; Listya & Limajatini, 2022; Luman & Limajatini, 2023; Marlina & Samosir, 2022; Martin et al., 2024; Melatnerbar et

al., 2021; Merek et al., 2023; Michael et al., 2023; N. Sutisna, 2021; Naili et al., 2023; Nana & Stefanus, 2022; Natalia et al., 2020; Octaviani & Gultom, 2023; Parameswari et al., 2021, 2024; Pramitasari, 2020; Pranata & Rini, 2024; Prayoga et al., 2024; Priyowidodo, 2023; Produk et al., 2024; Purnamasari et al., 2024; Putri et al., 2024; Raisya Pratiwi Kusnawan & Kusnawan, 2024; Rini & Winata, 2021; Ruditta1 & Rini, 2023; Samosir et al., 2023; Sandi, 2021; Setiawan & Rini, 2022; Shino et al., 2022; Sidauruk et al., 2021; Soetiyono et al., 2024; Sugandha et al., 2021; Suhendra, 2022; Suhendra et al., 2021, 2022; Susanti et al., 2022; V. I. Susanto & Alexander, 2023; X. M. Susanto, 2024; Sutandi et al., 2021; Sutisna, 2020a, 2020b; Sutisna & Sutrisna, 2023; Sutrisna, 2016; Suwardi & Yanti Puspa, 2023; Tannia et al., 2021; Tarunay et al., 2024; Tintje Beby et al., 2024; Trida et al., 2021; Triwibowo & Sutisna, 2023; Ummah, 2019; Warongan et al., 2022; Wibowo et al., 2021; Wicaksono et al., 2023; Wilyanto, 2022; Winata et al., 2020, 2023; Wulandari & Limajatini, 2022; Yaputra & Yoyo, 2023; Yehezkiel & Gultom, 2024; Yehuda et al., 2024; Yoyo, 2021; Yoyo et al., 2019, 2023, 2024; Yoyo & Anugrah, 2021; Yoyo & Listen, 2020; Yuniastri et al., 2021; Z.Dhea, N. Ari, Andy, 2020; IJMAKII, 2024). Oleh karena itu, sangat esensial bagi perusahaan untuk menyuplai beragam kasur yang tidak hanya memenuhi variasi kebutuhan tetapi juga menawarkan kualitas unggulan. Namun dalam melakukan pembelian produk kasur secara *online* akan sulit bagi konsumen dikarenakan tidak dapat merasakan ataupun melihat produk secara langsung, hal tersebut menjadi kendala bagi konsumen dalam membuat keputusan pembelian. Sehingga jika terdapat ketidak sesuaian kebanyakan keluhan konsumen yaitu produk yang diterima tidak sesuai secara tampilan ataupun yang dideskripsikan seperti jahitan kasur yang kurang rapih, terdapat noda atau kemasan produk yang sobek saat diterima sehingga tidak sesuai standar produksi dan produk mudah mengalami kerusakan.

Kinerja suatu perusahaan dalam menyuguhkan layanan dinilai lewat persepsi pelanggan yang didasarkan pada ekspektasi mereka; pelayanan prima menghasilkan kepuasan konsumen. Jika kepuasan ini dicapai, bisa membuat konsumen menjadi setia dan tetap, yang secara substansial dapat memengaruhi keputusan pembelian. Saat menjual produk secara daring, pelanggan tentu menginginkan tanggapan yang cepat, entah itu dalam menanggapi pertanyaan atau dalam proses pengiriman barang yang telah dipesan. Walau terdapat penghalang seperti pembatasan waktu layanan percakapan dari admin yang menyebabkan mereka tak dapat diakses pada saat-saat tertentu, serta adanya kekurangan varian produk atau penjualan yang berbasis pesanan khusus yang berakibat pada penundaan waktu pengiriman kepada pembeli, aspek-aspek ini dianggap sebagai hambatan oleh pembeli dan pada akhirnya berdampak pada keputusan pembelian.

Kampanye pemasaran adalah elemen krusial yang perlu dijalankan oleh sebuah perusahaan. Ini adalah tindakan komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan kepada pelanggan mengenai barang yang telah diproduksi oleh perusahaan tersebut. Tujuannya adalah untuk menggugah minat konsumen sehingga berujung pada tindakan memilih produk tersebut, seraya berharap dapat merangsang pertumbuhan penjualan. Terutama dalam penjualan produk secara *online* yang sangat kompetitif sehingga promosi diperlukan agar dapat berkompetisi dengan kompetitor lainnya, salah satu caranya dengan beriklan melalui berbagai platform yang dapat menjangkau konsumen secara luas. Namun saat ini iklan yang dilakukan kurang menarik dan jarang dilakukan, sehingga informasi terkait produk atau promo potongan harga sulit diketahui oleh konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Kualitas produk adalah representasi dari keseluruhan fungsi produk, termasuk durabilitas, reliabilitas, presisi, kemudahan dalam mengoperasikan, perbaikan produk, serta berbagai karakteristik produk lainnya.

Menurut Lupiyoadi dalam (Zulkarnain et al., 2020) menyatakan bahwa :

Kepuasan pelanggan tercapai apabila penilaian mereka atas produk yang dipakai menunjukkan bahwa produk tersebut memiliki kualitas yang tinggi.

Menurut Kotler dalam (Saribu & Maranatha, 2020) menyatakan bahwa :

Kualitas produk adalah kumpulan dari seluruh ciri suatu produk yang mempengaruhi keefektifannya dalam memenuhi kebutuhan yang diungkapkan ataupun yang tersimplikasi.

Menurut Yanto dalam (Fenny et al., 2021) menyatakan bahwa :

Pencapaian atau kelebihan dari harapan konsumen berakar pada kualitas produk. Produk ini wajib memenuhi norma yang sudah ditentukan, serta karakteristik dari kualitas tersebut bersifat dinamis, dipengaruhi oleh variabilitas preferensi dan ekspektasi konsumen yang terus menerus berubah terhadap produk tersebut.

Kualitas Pelayanan

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap rasa puas pelanggan sangat signifikan, hubungan ini memberi kesempatan kepada korporasi untuk mengerti secara mendalam mengenai harapan dan kebutuhan mereka. Dengan pemahaman tersebut, korporasi berkesempatan untuk secara konsisten memperbaharui standar mereka dan berupaya menyediakan pelayanan prima, sehingga pelanggan mendapatkan kenyamanan maksimal.

Menurut Goeth dan Davis dalam (Zulkarnain et al., 2020, p. 1) menyatakan bahwa :

Kualitas pelayanan merupakan suatu keadaan yang terus menerus berkembang serta berinteraksi dengan produk, layanan, orang-orang, proses, dan lingkungan yang mampu memuaskan serta melebihi ekspektasi konsumen.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Cesariana et al., 2022) menyatakan bahwa :

Tingkat ketepatan kualitas pelayanan diukur sebagai derajat kemuliaan yang diproyeksikan serta pengaturan dari ketinggian kemuliaan itu untuk memuaskan dambaan pelanggan.

Menurut Kasmir dalam (Tholok et al., 2023) menyatakan bahwa :

Tindakan yang diambil oleh perusahaan untuk melayani konsumen berdasarkan kemampuan yang dimiliki, dengan tujuan utama memberi pengaruh positif secara langsung kepada konsumen, yakni memuaskan kebutuhan serta keinginan mereka, merupakan definisi dari kualitas pelayanan.

Promosi

Pengenalan dan pengumuman produk atau jasa oleh suatu perusahaan kepada publik melalui kegiatan yang disebut promosi. Ini merupakan sarana komunikatif yang digunakan oleh penjual untuk memaparkan keunggulan dan nilai manfaat dari apa yang mereka tawarkan, bertujuan untuk memberikan dampak yang positif dan menarik minat para pembeli potensial agar tergerak untuk membuat keputusan pembelian.

Menurut Suryadi dalam (Suhardi et al., 2021) menyatakan bahwa :

Promosi merupakan serangkaian usaha yang bertujuan untuk mengkomunikasikan, menyampaikan informasi serta membangun keyakinan konsumen terhadap sebuah produk, sekaligus meraih

kesetiaan mereka melalui pengaruh yang mendalam terhadap pemikiran dan perasaan mereka terhadap produk tersebut.

Menurut Kotler dalam (Jasumin & Andy, 2022) menyatakan bahwa :

Promosi merupakan serangkaian dorongan yang diberikan oleh penjual dan diterima oleh konsumen, yang dirancang untuk memajukan atau mempercepat proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk.

Menurut Musfar dalam (Lihardo, 2022) menyatakan bahwa :

Dalam dunia pemasaran, promosi merupakan prosedur komunikatif yang bertujuan untuk meyakinkan atau berusaha mengubah pendirian pelanggan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan pembelian yang ditetapkan oleh para pengguna.

Keputusan Pembelian

Keberanian untuk memilih satu produk atas lainnya pada saat membeli merupakan refleksi dari motivasi internal pelanggan. Berbagai elemen berperan dalam pengaruh terhadap pelanggan saat mereka bertransaksi membeli barang atau jasa. Biasanya, pelanggan menilai beberapa aspek penting sebelum bertransaksi, seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, nilai harga, strategi promosi, dan reputasi produk di mata publik.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Jacklin et al., 2019) menyatakan bahwa :

Tindakan mengambil keputusan untuk membeli suatu produk, yang disuguhkan oleh penjual, adalah perbuatan individu yang sangat terikat dengan proses penentuan tersebut.

Menurut Schiffman dan Kanuk dalam (Jasumin & Andy, 2022) menyatakan bahwa :

Keputusan pembelian adalah serangkaian prosedur yang dilakukan oleh pelanggan saat mereka menimbang, mengalokasikan dana, mengaplikasikan, mengulas, serta memanfaatkan suatu produk yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan pribadi mereka.

Menurut Fandy Tjiptono dalam (Cesariana et al., 2022) menyatakan bahwa :

Tindakan memilih untuk membeli merupakan sekumpulan proses yang dilaksanakan oleh pembeli untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data atau merk terkait produk spesifik yang akan dinilai untuk menentukan sejauh mana efektivitas setiap pilihan dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi, yang pada akhirnya berujung pada pelaksanaan keputusan pembelian.

Menurut Mangkunegara dalam (Harum & Sutrisna, 2023) menyatakan bahwa :

Struktur efektivitas yang mencerminkan pelanggan dalam aksi memilih untuk melakukan pembelian diidentifikasi sebagai Keputusan Pembelian.

METODE

Sampel

Menurut Sugiyono dalam (Kaniya, 2022) menyatakan bahwa :

Daerah yang dipilih sebagai sasaran generalisasi dalam kajian ini dikenal sebagai populasi. Populasi tersebut terdiri dari subjek atau objek dengan jumlah dan sifat khusus yang selektif dianalisis dan dievaluasi oleh peneliti untuk menarik kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi yang direferensikan adalah para pengguna platform e-commerce Tokopedia.

Menurut Sugiyono dalam (Giovani, 2019) menyatakan bahwa :

Sampel digambarkan sebagai segmen yang menggambarkan jumlah serta ciri-ciri yang dimiliki oleh sebuah populasi. Dalam penelitian ini, sampel terdiri atas sekelompok orang yang dipilih dari suatu kelompok besar atau populasi, tetapi tidak setiap orang dalam populasi tersebut dapat dipilih sebagai objek dalam penelitian ini. Peneliti memutuskan memakai teknik penentuan sampel sengaja, yang merupakan bagian dari metode penentuan sampel non probabilitas. Objek yang dipilih dalam penelitian ini ialah konsumen aplikasi Tokopedia yang sebelumnya sudah membeli kasur bermerek Hommy. Selain itu, teknik penentuan sampel kuota pun akan diaplikasikan, dimana metode ini menentukan sampel dari sekelompok populasi dengan ciri khas tertentu hingga tercapai jumlah atau kuota yang diinginkan. Total sampel yang akan dianalisis dalam kajian ini berjumlah 140 responden, sesuai dengan kuota yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Pengumpulan Data

Demi keperluan pengumpulan data penelitian yang tengah berlangsung, kami mengklasifikasikan data ke dalam dua golongan: primer dan sekunder. Data primer adalah keterangan orisinil yang didapat dari observasi langsung yang melibatkan wawancara atau pemberian kuesioner kepada para responden. Di sisi lain, data sekunder adalah keterangan yang telah tersedia sebelumnya dan diperoleh dari badan atau organisasi yang telah menjalankan uji serupa di masa lalu. Berangkat dari uraian di atas, penulis memutuskan untuk mengandalkan data primer karena metode kuesioner yang digunakan memungkinkan penulis untuk secara langsung mengumpulkan fakta dari konsumen yang kemudian akan dianalisis secara numerik berdasarkan respons yang diterima terkait dengan tema penelitian yang sedang dikaji oleh penulis.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian yang dilaksanakan, proses evaluasi menggabungkan beragam teknik pemeriksaan yang mencakup uji frekuensi, uji data riset, uji asumsi klasik, uji model statistik, serta uji hipotesis. Dalam analisis ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif atau statistikal melalui perangkat lunak IBM SPSS Statistics 25 untuk menyelidiki dan menginterpretasikan hipotesis yang sebelumnya telah dinyatakan. Objektif utama dari analisis data ini yakni menyusun kesimpulan yang tepat berlandaskan bukti yang didapat. Dalam kerangka ini, penelitian kualitatif berpusat pada analisa data mengenai uji pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

Operasional Variabel

Dalam penelitian ini, variabel-variabel primer yang diperankan meliputi kualitas produk, kualitas pelayanan, serta promosi, yang semua memiliki kaitan langsung terhadap keputusan pembelian. Variabel independen kualitas produk diwakili oleh simbol X_1 , kualitas pelayanan ditandai dengan X_2 , dan promosi diindikasikan dengan X_3 . Adapun keputusan pembelian, yang merupakan variabel dependen, ditandai dengan Y dalam penelitian ini.

HASIL

1. Tabel *Model Summary*

- Uji Koefisien Determinasi (R^2)
Secara parsial

Model Summary Variabel Kualitas Produk

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.701	.699	3.771

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Dalam kolom Adjusted R Square, dapat dilihat bahwa magnitudo uji dari kualitas produk (X_1) pada keputusan pembelian (Y) mencapai 69,9%. Sisanya, yang merupakan 30,1% (100% - 69,9%), dikendalikan oleh variabel lain.

Model Summary Variabel Kualitas Pelayanan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.830 ^a	.689	.687	3.846

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Dari catatan nilai R Square yang disesuaikan, terlihat jelas bahwa kualitas pelayanan (X_2) berkontribusi sebanyak 68,7% terhadap keputusan pembelian (Y). Hal ini menandakan bahwa terdapat sekitar 31,3% dari faktor-faktor lain yang tidak tercakup dalam uji ini yang berpengaruh terhadap hasil yang diperoleh.

Model Summary Variabel Promosi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.790 ^a	.624	.621	4.229

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Berdasarkan data yang ditampilkan dalam tabel, Adjusted R Square menunjukkan bahwa promosi (X_3) memiliki peran penting dengan menyumbang

sebesar 62,1% pada keputusan pembelian (Y). Sementara itu, proporsi 37,9% lainnya (100% - 62,1% = 37,9%) dipengaruhi oleh variabel lain.

- Uji Koefisien Determinasi (R²)

Secara simultan

Model Summary Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.746	.741	3.500

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Dari data yang dijabarkan dalam rangkuman, diketahui bahwa Adjusted R Square menunjukkan kira-kira 74,1% dari keputusan pembelian (Y) dipengaruhi oleh aspek-aspek seperti kualitas produk (X₁), kualitas pelayanan (X₂), serta promosi (X₃). Sementara itu, aspek-aspek lain yang tidak tercakup dalam uji ini menyumbang sebesar 25,9% dari pengaruh yang tersisa.

2. Tabel Uji Hipotesis

- Uji T (uji secara parsial)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.435	2.080		-.209	.835		
Kualitas Produk	.426	.112	.385	3.792	.000	.181	5.531
Kualitas Pelayanan	.375	.113	.331	3.314	.001	.187	5.357
Promosi	.203	.093	.188	2.192	.030	.252	3.961

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Saat merumuskan persamaan regresi, kita memanfaatkan data yang tercatat di kolom B, sesuai dengan informasi yang tersaji dalam tabel di atas. Dalam bagian Koefisien Tak Standar pada kolom tersebut, terpapar nilai konstanta sebesar -0,435. Adapun koefisien untuk pengaruh variabel kualitas produk adalah 0,426, untuk pengaruh variabel kualitas pelayanan adalah 0,375, dan untuk pengaruh variabel promosi mencapai 0,203.

Menurut informasi yang terhimpun dalam kolom T, terlihat jelas bahwa skor uji T untuk kualitas produk (X₁) tercatat sebesar 3,792. Berdasarkan tabel distribusi T yang berlaku untuk tingkat kepercayaan 95% dan tingkat kesalahan sebesar 5%, dengan total derajat kebebasan mencapai 138 (dari 140 - 2 = 138), skor

T yang tertera pada tabel adalah 1,655. Dengan demikian, skor uji T untuk kualitas produk ini secara nyata melebihi skor T_{tabel} , dimana 3,792 jelas lebih tinggi dari 1,655. Dari analisis ini, dapat diungkapkan bahwa hipotesis nol (H_0) perlu ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) wajib diterima.

Berdasarkan data yang diuraikan dalam tabel, terpapar bahwa skor T_{hitung} untuk kualitas pelayanan (X_2) adalah 3,314. Melalui pemanfaatan tabel distribusi T, pada taraf keyakinan 95% dan margin kesalahan 5%, dengan mempertimbangkan derajat kebebasan sejumlah 138, yang didapat dari pengurangan 140 oleh 2, ditemukan bahwa skor T_{tabel} berjumlah 1,655. Karena skor T-observasi untuk kualitas pelayanan melampaui skor T-tabel, yakni 3,314 melewati 1,655, ini mengindikasikan penolakan H_0 dan pengakuan H_a .

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa skor T yang terukur untuk elemen promosi (X_3) adalah 2,192. Penerapan tabel distribusi T dengan tingkat keyakinan sebesar 95% dan toleransi kesalahan 5%, serta mengakui derajat kebebasan (df) yang terdaftar sebanyak 138, berasal dari kalkulasi 140 minus 2. Angka yang dipaparkan oleh tabel tersebut menunjukkan 1,655. Dengan demikian, nilai T_{hitung} untuk promosi terbukti lebih tinggi daripada nilai T_{tabel} , yaitu 2,192 melampaui 1,655. Ini mengindikasikan penolakan H_0 dan penerimaan H_a berdasarkan uji yang dilakukan.

- Uji F (uji secara simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4900.516	3	1633.505	133.378	.000 ^b
	Residual	1665.619	136	12.247		
	Total	6566.136	139			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Produk

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

Sumber : Hasil olahan SPSS Versi 25

Tabel analisis menyajikan hasil yang mendalam; dimana nilai F_{hitung} tercatat sebesar 133,378 dengan tingkat signifikansi yang terukur pada 0,000. Ini menandakan bahwa nilai tersebut secara signifikan lebih tinggi dibandingkan dengan nilai F_{tabel} yang hanya 2,67, serta probabilitas terukur yang juga 0,000, tetap berada di bawah threshold sebesar 0,05. Kesimpulan yang dapat diambil dari analisis ini adalah bahwa terdapat pengaruh yang kuat dan simultan dari kualitas produk, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN

Dari pengkajian sebelumnya yang penulis lakukan terkait uji Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, serta Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kasur Merek HOMMY di Situs Tokopedia, hasilnya dapat dirangkum sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian produk kasur merek HOMMY pada situs Tokopedia.

Penelitian yang dilakukan ini membuktikan bahwa pengujian atas dampak kualitas produk memiliki kontribusi yang bermakna dan positif terhadap tindakan membeli kasur merek HOMMY yang dijual di Tokopedia. Berdasarkan evaluasi yang dijalankan, terungkap bahwa kualitas produk memberikan sumbangsih sekitar 69,9% pada tindakan pembelian, sebagaimana tercermin dalam koefisien determinasi yang dianalisis secara parsial. Lebih lanjut, dari uji hipotesis yang dilaksanakan, ditemukan bahwa nilai T_{hitung} untuk kualitas produk menunjukkan angka yang lebih tinggi daripada T_{tabel} , yakni 3,792 melawan 1,655. Situasi ini menandakan penyangkalan H_0 serta penerimaan H_a , memiliki taraf kepercayaan yang amat tinggi, di mana nilai 0,000 berada jauh di bawah ambang batas 0,05.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian produk kasur merek HOMMY pada situs Tokopedia.

Dalam penelitian yang dilakukan pada platform Tokopedia terkait produk kasur merek HOMMY, terungkap bahwa variabel kualitas pelayanan memberikan kontribusi yang kuat dan menguntungkan terhadap keputusan konsumen untuk membeli. Analisis ini mengungkap bahwa, secara spesifik, dampak dari kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian mencapai 68,7%. Setelah menjalankan analisis statistik yang mendalam, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa T_{hitung} untuk kualitas pelayanan mencapai 3,314, yang jauh melampaui T_{tabel} pada angka 1,655. Hasil pengujian menunjukkan penolakan terhadap hipotesis awal dan penerimaan terhadap hipotesis pengganti, mengingat tingkat signifikansi yang dicatat adalah 0,000 jauh di bawah ambang toleransi sebesar 0,05. Kesimpulan yang tercapai secara berulang menegaskan peran penting kualitas pelayanan dalam pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.

3. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk kasur merek HOMMY pada situs Tokopedia.

Temuan penelitian mengindikasikan bahwa variabel promosi berperan signifikan serta menguntungkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian kasur merek HOMMY di Tokopedia. Berdasarkan analisis koefisien determinasi yang dilakukan secara independen, diketahui bahwa kontribusi promosi terhadap keputusan pembelian mencapai 62,1%. Selanjutnya, pemeriksaan hipotesis yang dilakukan penulis menunjukkan bahwa nilai T_{hitung} untuk promosi melebihi T_{tabel} , dengan perbandingan 2,192 terhadap 1,655, menandakan penolakan H_0 dan pengakuan H_a . Hal ini diperkuat oleh tingkat signifikansi yang ekstrem rendah, yaitu 0,000, jauh melewati batas standar 0,05.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian produk kasur merek HOMMY pada situs Tokopedia.

Variabel-variabel seperti kualitas produk, kualitas pelayanan, serta aktivitas promosi tercatat berdampak besar dalam menentukan keputusan pembelian untuk kasur merek HOMMY di Tokopedia. Dari pengujian yang dilakukan, ditemukan bukti kuat bahwa gabungan dari variabel-variabel ini berkontribusi besar terhadap keputusan pembelian, dengan persentase kontribusi mencapai 74,1%, sebagaimana tercermin dalam koefisien determinasi yang dianalisis secara simultan. Pada tahap penelaahan lebih dalam, pengujian hipotesis yang dijalankan memperlihatkan bahwa angka F_{hitung} yang tercatat sebesar 133,378 menunjukkan pencapaian jauh melebihi F_{tabel} dengan angka 2,67. Angka signifikansi yang tercatat adalah 0,000, yang mana secara signifikan berada di bawah batas minimal 0,05.

REFERENSI

- . S., & Murwaningsari, E. (2019). The Effect of Accounting Information and Tax Information on Trading Value Moderated by Competitive Strategy. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 6(2), 43–50. <https://doi.org/10.20448/2002.62.43.50>
- Adytya, Prakasa, A., & Karunia, D. (2024). Effective Promotional Strategies: Analyzing the Impact of Flash Sale and Cashback Discounts on Impulsive Buying Behavior in Live Streaming Marketplaces. *ECo-Fin*, 6(3 SE-Articles), 578–590. <https://doi.org/10.32877/ef.v6i3.1564>
- Agustina, C., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Pengaruh Etika Profesi dan Kecerdasan Emosional Terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada KAP di wilayah Tangerang Selatan dan Tangerang). *ECo-Fin*, 3(2 SE-Articles), 242–256. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i2.405>
- Alexander, Rini, Y. P., & Yoyo, T. (2024). The Effect of Cash On Delivery, Free Shipping Promos on Customer Reviews with Purchase Decisions as an Intervening Variable on the Shopee Marketplace Site in the Tangerang City Area. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(3 SE-Articles), 219–229. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.3211>
- Alexander, Yanti Puspa Rini, & Adrian Maulana Chandra. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Word Of Mouth, Dan Media Promosi Terhadap Minat Beli Konsumen Kota Tangerang Pada Aplikasi Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Blibli). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1 SE-Articles), 52–58. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2661>
- Andy. (2018). Pengaruh Return On Asset, Debt To Equity Ratio, Debt To Assets Ratio, Ukuran Perusahaan Dan Deferred Tax Expense terhadap Tax Avoidance (Studi Empiris Pada Perusahaan Jasa Sektor Perhotelan, Restoran, Dan Pariwisata Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 42–53. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE>
- Andy, A., & -, S. (2018). Analisis Pengaruh Kedisiplinan, Prestasi Dan Semangat Kerja Terhadap Pemberian Bonus Karyawan Pada PT. Reka Sukses Adipratama. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 16(1), 18. <https://doi.org/10.31253/pe.v16i1.51>
- Andy, A., & Megawati, M. (2019). Analysis of Liquidity, Profitability and Solvency Ratios to Assess the Financial Performance of Companies in Cigarette Industries Listed on the Indonesia Stock Exchange. *ECo-Fin*, 1(1), 22–34. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.54>
- Anggraeni, R. D., Herijawati, E., Sutrisna, S., & Alexander, A. (2021). Analisis Financial Distress Altman Z-Score Dengan Pendekatan Data Mining Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Logam Periode 2018-2020 Yang Terdaftar Di BEI. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 1–12. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.803>
- Antonia, M., & Alexander. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Harga , dan Online Customer Review Terhadap Minat Beli Marketplace Blibli (Studi Kasus Pada Pelanggan di Kota Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 1–10.
- Apriliani, R., & Nana, S. (2023). Pengaruh Motivasi, Komunikasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Bintang Auto Semesta. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis Vol 3 No 2*, 3(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Asep Suhendar Aprilia. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *J-CEKI : Jurnal Cendekia Ilmiah*, 1(6), 780–784. <https://doi.org/10.56799/jceki.v1i6.809>
- Asyari Adhitya, D. K. B. M. S. (2023). Pengaruh Kebijakan Dividen, Komisaris Independen dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–14. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga>
- Avraini, F., & Suhendra. (2023). Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Perencanaan Pajak, Net Financing dan Leverage Terhadap Manajemen Laba (Studi Empiris Pada Perusahaan Consumer Goods yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2019-2022. *GLOBAL ACCOUNTING: Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–14.
- Baringin, D. K. (2021). Implementation of Appropriate Site Development, Material Recycle, Indoor Health and Comfort in Shopping Buildings. *Akuntoteknologi*, 13(2), 91–104. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.913>
- Brittany, Ravena Gabriela, A. (2022). Pengaruh Kepercayaan , Promosi Online , Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Media Sosial Dan Marketplace. *Primanomics : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2, 1–16. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/998>
- Budi, Gouwama, C., & Sugiyanto. (2024). The Influence of Work Culture and Proactive Personality on Job Satisfaction and its Impact on Job Performance . *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1395–1408. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1164>
- Candraniawati, R. O., & Suhendra. (2023). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Leverage, Ukuran Perusahaan, Return on Assets dan Capital Intensity terhadap Tax Avoidance Studi Empiris pada perusahaan Industri Sub Sektor Property dan Real Estate yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2018 –. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 1–15. <https://jurnal.ubd.ac.id>

- Charles, & Gultom, J. B. (2023). Pengaruh Profitabilitas, Leverage, Sales Growth dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance (Studi Kasus pada Perusahaan Pharmacy yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2022). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2).
- Christianto, A., & Gultom, J. B. (2024). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Likuiditas , Profitabilitas , Dan Leverage Terhadap Tax Avoidance Pada Perusahaan Sektor Energy Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2019-2023*. 4.
- Cindy Yonuari, Septiawan, D., & Marcheline, A. (2024). The The Effect Of Person-Job Fit And Person-Organization Fit On Employee Performance With Individual Capacity As Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(3 SE-Articles), 64–77. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.2900>
- Damma Setiawan, R. R., & Mutiara Dewi, S. (2024). The Influence Of Dynamic Leadership And Time Management On Work Productivity With Intellectual Intelligence As Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 171–188. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2784>
- Dandi, D., Andy, A., & Silaban, B. (2023). Pengaruh Price Earning Ratio (PER), Return On Equity (ROE), Net Profit Margin (NPM), dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Property & Real Estate yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode. *Akuntoteknologi*, 15(1), 82–89. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i1.2011>
- Desilie, A., Jenesia, & Setiadi, S. (2024). Moderasi Hedonic Quality Atas Pengaruh E-Service Quality dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1491–1503. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1182>
- Dimas Mulia dan Alexander. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembeian McDonald's di Kota Tangerang. *Jurnal UBD*, 3(2).
- Dinata, V. V., Fung, T. S., & Sutisna, N. (2019). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Le-Mineral Pada Toko Retail Kota Tangerang (Studi Kasus Di Pt. Laris Food Indonesia). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(3 SE-Articles), 55–63. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i3.187>
- Elsi Deriah, & Suhendra Suhendra. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Fee Audit, dan Rotasi Audit terhadap Kualitas Audit (Studi Empiris Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Food and Beverage yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021). *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2, 04–10.
- Erlina Sandya Prabawati, & Arif Nugroho Rachman. (2022). Pengaruh Leverage, Kepemilikan Intitusional, Karakter Eksekutif, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Tax Avoidance. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 1(5), 493–508. <https://doi.org/10.53625/juremi.v1i5.1680>
- Feny, N., & Rini, Y. P. (2024). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan Dan Varian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Supermarket Tiptop Cimone , Tangerang*. 4(1).
- Fransisca Imanuel. (2024). The The Effect Of Flourishing And Self-Efficacy On Work Productivity With Happiness Work As A Moderation. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 133–144. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2779>
- Fustriandi, Andre, Gultom, & Barus, J. (2022). Pengaruh Sistem Kerja, Stres Kerja, Dan Komunikasi Kerja Terhadap Prestasi Kerja Karyawan (Studi Kasus CV. Tunas Muda Sakti, Tangerang). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2), 30–39. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1302%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/1302/728>
- Ginny, P. L., & Andy, A. (2021). A Business Model Analysis On Hj Ninaa€™s Rental Housing Using Business Model Canvas Approach. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(3), 75–90. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i3.637>
- Gulo, J. T., & Yoyo, T. (2022). Pengaruh Harga, Kepercayaan, dan Pelayanan terhadap Pemilihan Jasa Ekspor pada PT. Maxima Express Pratama. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 3, 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/1693>
- Gultom, J. B., & Gunawan, I. D. (2020). Intellectual Capital Disclosure, Good Corporate Governance and Firm Performance: Asean Cross Country Analysis. *European Journal of Business and Management Research*, 5(5), 1–5. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.5.479>
- Handayani, P., Pujiarti, P., & Andy. (2024). The Influence Of Recruitment, Work Culture, And Work Environment On The Quality Of Human Resources At PT Gratia Jelajah Semesta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1), 35–44. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2458>
- Handry, Wi. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Kfc Kisamaun Tangerang. *Skripsi*, 1, 1–7.
- Hanitha, V., Yoyo, T., & Silaswara, D. (2022). Analysis Effect of BI Rates, Inflation and Exchange Rates on the Composite Stock Price Index on the Indonesia Stock Exchange 2016-2021. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 14(1 SE-Articles), 1–10. <https://doi.org/10.31253/aktek.v14i1.1423>
- Herdyanto, J. A. (2024). *Pengaruh Penjualan Langsung , Iklan , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Online Hampers Tangerang*. 2, 1–9.
- Hernawan, E., & Andy. (2018). Faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen gerai Alfamidi Taman

- Royal Tangerang. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 16, 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Hernawan, E., & Andy. (2019). Analisis Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Pelanggan Gojek Dan Grab Online Di Jakarta. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 17. No. 1 (2019)*, 17(1), 1–13. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ds>
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, A., Wi, P., & Alexander, A. (2021a). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset, Leverage, dan Sales Growth (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 13–23. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.804>
- Hernawan, E., Cahyono, Y., Andy, Wi, P., & Alexander. (2021b). Informasi Kebijakan Dividen Yang dipengaruhi Oleh Return On Asset, Leverage, dan Sales Growth (Studi Empiris Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Pada Tahun 2016-2020). *Akuntoteknologi*, 2(Vol 13 No 2 (2021): Jurnal Akuntoteknologi), 13–23. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/akunto/article/view/804/450>
- Hernawan, E., Kusnawan, A., Andy, Riki, & Lihardi, R. (2019). Implementation of tax consultant monitoring information system to increase client satisfaction with E-CRM. *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11(8 Special Issue), 2419–2428.
- Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Solusi*, 19(3), 329. <https://doi.org/10.26623/slsi.v19i3.4053>
- Jonatan, N., & Kiki, D. (2023). Pengaruh Harga Emas, Harga Minyak, dan Kurs Tengah Terhadap Harga Saham LQ45 di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(2), 2019–2024.
- Juan Barus, G., Etty, M., Haryono, U., & Sekar, M. (2021). Reciprocal Use of Artificial Intelligence in Audit Assignments. *Journal of Accounting, Business and Finance Research*, 11(1), 9–20. <https://doi.org/10.20448/2002.111.9.20>
- Julian, R. E., & Suhendra, S. (2023). Pengaruh Inflasi, Pertumbuhan Ekonomi dan Kemiskinan Terhadap Kenaikan PPN di Kota Tangerang. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/2027%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/2027/1304>
- Juniantan, J., Pujiarti, P., & Andy, A. (2023). The Effect Of Work Environment, Work Motivation, And Training On Employee Performance At PT Sanden Intercool Indonesia. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(3), 63–72. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i3.1924>
- Kiki, D., & Arisona, S. P. (2021). Pengaruh Job Satisfaction, Job Resources, dan Self Determination Terhadap Work Engagement Karyawan Amaris Hotel Citra Raya. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 1–8. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/755>
- Kiki, D., & Marsella Yudhita. (2023). Pengaruh Tax Planning, Pertumbuhan Penjualan, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba pada perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018-2021. *Akuntoteknologi*, 15(2), 139–146. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i2.2630>
- Kiki, D., Samosir, B. M. T., Murwaningsari, E., & Augustine, Y. (2020). The benefit of green building for cost efficiency. *International Journal of Financial, Accounting, and Management*, 1(4), 209–219. <https://doi.org/10.35912/ijfam.v1i4.152>
- Kiki, D., Susanti, M., & Aldi Samara. (2020). Pengaruh Profitabilitas, Ukuran Perusahaan dan Kepemilikan Institusional Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris pada Perusahaan Sub Sektor Perdagangan Eceran yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018). *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Teknologi*, 1, 109–120.
- Kirtileka, S. B. (2024). *The Influence Of Price , Product Quality , And Promotion On Purchasing Decisions On Toast Store In Tangerang City*. 3, 1–12.
- Komara, S. D., Gultom, J. B., Dharma, U. B., & Independen, K. (2024). *Pengaruh Profitabilitas , Leverage dan Komisararis Independen Terhadap Tax Avoidance (Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di BEI Periode 2018-2021)*. 2.
- Kristian, D., & Yoyo, T. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Kualitas Pelayanan Terhadap*. 3(2).
- Kurniadi, H., & Gultom, J. B. (2023). Prosiding: Ekonomi dan Bisnis Influence Return On Asset (Roa), Return On Investment (Roi), Andnet Profit Margin On Company Values In The Company Industry. *PROSIDING: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Kurniawan, A., Silaswara, D., Susanti, M., Alexander, A., Priyowidodo, A., Trinurfa Yuliadi, E., Puspa Rini, Y., & Kiki Baringin, D. (2023). Pelatihan Soft Skill Manajemen Diri pada Puja Bhakti Remaja Cetiya Vijja Gana - Tangerang. *Abdi Dharma*, 3(2 SE-Articles), 119–128. <https://doi.org/10.31253/ad.v3i2.2333>
- Kusnawan, A., Andy, Hernawan, E., Silaswara, D., & Sefung, T. (2020). The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decisions. *TEST Engineering & Management*, 82(5116), 5116–5129. www.alex.com
- Kusnawan, A., Diana, S., Andy, A., & Tjong, S. (2019). Pengaruh Diskon pada Aplikasi e-Wallet terhadap

- Pertumbuhan Minat Pembelian Impulsif Konsumen Milenial di Wilayah Tangerang. *Sains Manajemen*, 5(2), 137–160. <https://doi.org/10.30656/sm.v5i2.1861>
- Limajatini, Agnes Nathashia Gita Camilla, & Juan Barus Gultom. (2023). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Debt To Equity Ratio, Return On Asset, Manajemen Laba, Dan Sales Growth Terhadap Penghindaran Pajak (Studi Empiris Pada Perusahaan Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2021). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 15(2 SE-Articles), 120–138. <https://doi.org/10.31253/aktek.v15i2.2629>
- Limajatini, L., Hakim, M. Z., Yehezkiel, R., Fujiyanto, W., Meliayana, M., Niati, S., & Putri Rennadi, Q. O. (2022). Pengaruh Tingkat Hutang Perusahaan, Dewan Komisaris Independen, Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Effective Tax Rate (Etr) Pada Perusahaan Sektor Consumer Cyclical Di Indonesia. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 14(2 SE-Articles), 84–107. <https://doi.org/10.31253/aktek.v14i2.1786>
- Limajatini, L., Murwaningsari, E., & Khomsiyah, K. (2019). Analysis of Effect of Power Distance, Power Avoidance, Individualism, Masculinity and Time Orientation Toward Auditing Behavior with Mediation of Locus of Control. *ECo-Fin*, 1(1 SE-Articles), 12–21. <https://doi.org/10.32877/ef.v1i1.53>
- Limajatini, Suhendra, S., & Gultom, J. B. (2024). Pengaruh Tranfer Pricing, Tax Avoidance Terhadap Profitabilitas Dengan Variabel Moderasi Kepemilikan Institusional Pada Sektor Pertambangan Yang Terdaftar Di Bei Indonesia. *Akuntoteknologi*, 16(1), 177–185. <https://doi.org/10.31253/aktek.v16i1.3177>
- Liman, I., Santamoko, R., Limajatini, L., & Anggraeni, D. (2024). the Influence of Innovative Behavior and Reward System on Employee Performance With Creative Thinking Ability As a Moderator. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(1), 3169–3181. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i1.3169-3181>
- Listya, T., & Limajatini. (2022). Pengaruh Pengetahuan Pajak, Sosialisasi Pajak, dan Insentif Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Penggiat UMKM di Kecamatan Periuk. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(1), 930–938. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1402>
- Luman, W., & Limajatini. (2023). Pengaruh Karakter Eksekutif, Profitabilitas, Corporate governance, dan Firm Size Terhadap Penghindaran Pajak Pada Perusahaan Manufaktur Sektor Industri Dasar dan Kimia Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2021. *Global Accounting : Jurnal Akuntansi*, 2(2), 1–17.
- Marlina, L., & Samosir, D. K. B. M. (2022). Pengaruh Cash Holding , Profitabilitas dan Kebijakan Dividen Terhadap Income Smoothing (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Makanan dan Minuman yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Tahun 2017-2021). *Global Accounting: Jurnal Akuntansi*, 1(3), 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/ga/article/view/1709/1051>
- Martin, Sendri, & Ratnaningtyas, K. D. (2024). Pengaruh Sosial Media dan Entrepreneurial Network dengan Digital Marketing Communication sebagai Pemoderasi Terhadap Kinerja Marketing. *ECo-Buss*, 7(1 SE-Articles), 546–562. <https://doi.org/10.32877/eb.v7i1.1513>
- Melatnerbar, B., Winata, S., Limajatini, L., Irwan, I., & Surjana, M. T. (2021). Menalar Dampak Kebijakan Tax Holiday Terhadap Iklim Investasi Di Indonesia Sejak 1970 - 2020. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 24–34. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.856>
- Merek, P. C., Kualitas, D., Terhadap, P., Konsumen, P., Pt, D., Hijau, P., Kalakas, C. E., & Rini, Y. P. (2023). *Prosiding : Ekonomi dan Bisnis Prosiding : Ekonomi dan Bisnis*. 3(2).
- Michael, M., Pujiarti, P., & Andy, A. (2023). The Effect Of Training, Career Path, And Compensation On Employee Performance At Pt Gosyen Pacific Suksesmakmur. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(2), 169–176. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i2.1917>
- N. Sutisna. (2021). Pengaruh Promosi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di PT. Surya Bumi Permata. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1). <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/756%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/download/756/452>
- Naili, G. I., Kuntadi, C., & Pramukty, R. (2023). Pengaruh Self Assessment System, Pemeriksaan Pajak Dan Penagihan Pajak Terhadap Penerimaan Pajak. *Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Logistik (JUMATI)*, 1(3), 479–486.
- Nana, S., & Stefanus. (2022). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk PT . Profestama Tehnik Cemerlang di Alam Sutera. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/1399%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/1399/823>
- Natalia, D., Sutisna, N., & Farunik, C. G. (2020). The Influence of Price and Quality of Products on The Purchase Decision of Bread Products. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 146–151. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/534>
- Octaviani, A. T., & Gultom, J. B. (2023). Pengaruh Perencanaan Pajak, Ukuran Perusahaan, Pertumbuhan Penjualan, Dan Profitabilitas Terhadap Nilai Perusahaan (Pada Sektor Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018 - 2021). *Global Accounting*, 2(2), 1–18. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/view/2416%0Ahttps://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/ga/article/download/2416/1557>
- Parameswari, R., Agus Kusnawan, & Daniel Yesaya. (2024). THE INFLUENCE OF ONLINE SHOPPING

- DEPENDENCE AND CONSUMPTIVE BEHAVIOR ON ONLINE LOANS. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 239–249. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2823>
- Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatuiwung District, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 92–101. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594>
- Pramitasari, T. D. I. S. (2020). IMAR Indonesian Management and Accounting Research. *Indonesian Management and Accounting Research*, 20(01). <http://repository.unars.ac.id/id/eprint/364/1/3>. Jurnal IMAR.pdf
- Pranata, C. F., & Rini, Y. P. (2024). Pengaruh Harga , Citra Merk Dan Kalitas Produk Terhadap Pengambilan Keputusan Untuk Membeli Produk Iphone Pada Konsumen Di Kelurahan Koang Jaya Kota Tangerang Pada PT Apple Inc. 1, 1–7.
- Prayoga, A., Agustinus, & Priowidodo. (2024). Pengaruh Biaya Pengiriman, Kecepatan Pengiriman, dan Akurasi Pengiriman terhadap Kepuasan Pelanggan pada Masyarakat Pengguna Jasa Pengiriman JNE Express di Kecamatan Neglasari. *Ekonomi Dan Manajemen Bisnis* , 3(1), 1–8.
- Priowidodo, A. (2023). Pengaruh Current Ratio (CR), Net Profit Margin (NPM), Debt To Equity Ratio (DER), dan Firm Size Terhadap Harga Saham. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 15(2), 1–8. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/akunto>
- Produk, P. K., Keputusan, T., Pelanggan, P., Alie, P. T., & Galeri, M. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan PT. Alie Marmer Galeri. 2, 1–9.
- Purnamasari, M., Hermawan, A., & Junaedi. (2024). Unveiling the Synergy: How Entrepreneurial Marketing and Product Quality Drive Purchase Decisions through the Lens of Digital Marketing. *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1423–1434. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1181>
- Putri, I. A., Kusnawan, A., & Kusnawan, R. P. (2024). *The Influence of Price Segmentation and Quality Perceptions on School Selection Decisions Moderated by Digital Marketing* (Vol. 2023, Issue Icebm 2023). Atlantis Press International BV. <https://doi.org/10.2991/978-94-6463-508-9>
- Raisya Pratiwi Kusnawan, & Kusnawan, R. P. (2024). Analysis Of The Impact Of Brand Awareness On Brand Loyalty In The Use Of E-Wallets Through Purchase Intentions. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 21–33. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2696>
- Rini, Y. P., & Winata, V. (2021). Pengaruh Pelatihan dan Kompetensi Terhadap Kepuasan Kerja Melalui Motivasi Kerja Anggi. *Prosiding Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 286–296. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Ruditta1, & Rini, Y. P. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Penilaian Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna Shopee. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 1–9. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/1994>
- Samosir, D. K. B. M., Augustine, Y., & Pardede, R. (2023). Increasing Business Performance in Property Management by Implementing the Green Habit. *Indonesian Journal of Sustainability Accounting and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.28992/ijsam.v7i1.477>
- Sandi, S. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Inovasi dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk SEIV (Studi Kasus PT. SEIV Indonesia). *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2). <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/view/2155%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/article/download/2155/1402>
- Setiawan, W., & Rini, Y. P. (2022). Pengaruh Promosi , Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. 1(2).
- Shino, Y., Durachman, Y., & Sutisna, N. (2022). Implementation of Data Mining with Naive Bayes Algorithm for Eligibility Classification of Basic Food Aid Recipients. *International Journal of Cyber and IT Service Management*, 2(2 SE-Articles), 154–162. <https://doi.org/10.34306/ijcitsm.v2i2.114>
- Sidauruk, Y. A., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Analisis Pengaruh Struktur Corporate Governance, Audit Tenure dan Ukuran KAP Terhadap Integritas Laporan Keuangan Real Estate yang Terdaftar di BEI Tahun 2014-2017. *ECo-Fin*, 3(3 SE-Articles), 285–298. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.411>
- Soetiyono, A., Kurnia, Y., & Kurnia, R. (2024). Pengaruh Penggunaan Chatbot dan Asisten Virtual terhadap Peningkatkan Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian . *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1367–1381. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1169>
- Sugandha, Yoyo, T., Mubarak, M. Y., Wibowo, F. P., & Berlin. (2021). *URGENSEI: Jurnal Pengabdian Masyarakat Multidisiplin*. 1(November), 17–23.
- Suhendra, S. (2022). Peranan Struktur Modal, Net Financing, Profitabilitas dan Likuiditas pada Kualitas Laba Perusahaan Properti. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)*, 5(1), 74–83. <https://doi.org/10.32627/aims.v5i1.445>
- Suhendra, S., Limajatini, L., & Samosir, D. K. B. (2021). The Effect of Derivative Transactions on the Value Relevance of Earnings through Corporate Earnings Management in Indonesia. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal*, 4(3), 7062. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/2547>

- Suhendra, S., Murwaningsari, E., & Mayangsari, S. (2022). Derivative on the Value Relevance Through Tax Avoidance and Earnings Control. *Linguistics and Culture Review*, 6, 510–529. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6ns1.2085>
- Susanti, M., Limajatini, L., & Anggraeni, R. R. D. (2022). Pengaruh Debt to Aset Ratio, Return on Aset dan Total Aset Turn Over Terhadap Financial Distress (Studi Empire Pada Perusahaan Sub-Industri Kimia yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia Tahun 2018–2020). *ECo-Buss*, 5(2 SE-Articles), 700–710. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i2.588>
- Susanto, V. I., & Alexander, A. (2023). Pengaruh Digital Marketing, Kualitas Layanan, dan Kemudahan Bertransaksi Terhadap Keputusan Pembelian Makanan melalui Aplikasi Layanan ShopeeFood di Kota Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 42–52. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2583>
- Susanto, X. M. (2024). The Effect of Positive Thinking Skills and Innovative Behaviour on Performance and its Impact on Employee Loyalty. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(2 SE-Articles), 116–132. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i2.2771>
- Sutandi, S., Wibowo, S., Sutisna, N., Fung, T. S., & Januardi, L. (2021). Pengaruh Inflasi, Nilai Tukar (Kurs) Rupiah Dan Tingkat Suku Bunga Terhadap Indeks Harga Saham Gabungan (Ihsg) Di Bursa Efek Indonesia (Bei) Periode 2016 -2020. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(2 SE-Articles), 78–90. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i2.891>
- Sutisna, N. (2020a). Pengaruh Penerapan Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014- 2018. *Akuntoteknologi: Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 12(1), 1–16.
- Sutisna, N. (2020b). Pengaruh Penerapan Tata Kelola Perusahaan Dan Tanggung Jawab Sosial Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2014-2018. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 66–81. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.373>
- Sutisna, N., & Sutrisna. (2023). Implementasikan Sistem Informasi dalam Mendukung Perilaku Pembelian Terhadap Keputusan Pembelian E-Commerce. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 2(1), 20–30. <https://doi.org/10.33050/mentari.v2i1.343>
- Sutrisna, B. (2016). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Starbucks. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen ISSN: 2461-0593*, 5(3), 1–19. <http://jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id/index.php/jirm/article/download/567/576>
- Suwardi, S., & Yanti Puspa. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Mega Central Finance (Mcf) Cabang Karawaci Tangerang. *Nikamabi*, 2(2), 30–36. <https://doi.org/10.31253/ni.v2i2.2581>
- Tannia, R., Rini, Y., & Yuliadi, E. (2021). Pengaruh Independensi, Akuntabilitas, Due Professional Care, dan Time Budget Pressure Terhadap Kualitas Audit. *ECo-Fin*, 3(1 SE-Articles), 203–212. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i1.401>
- Tarunay, O. I., Yudha Sapta Pratama, & Evien. (2024). The Effect of Product Diversification and Brand Equity on Purchase Decisions With Promotion Strategy as a Moderator . *ECo-Buss*, 6(3 SE-Articles), 1382–1394. <https://doi.org/10.32877/eb.v6i3.1170>
- Tintje Beby, Ratri Widiyanti, & Sanjaya, S. (2024). Konsultan Pajak, Prespektif Gender Dan Analisis Bibliometrik Atas Pemilihan Karier Dan Keterlibatan Perempuan Di Industri Keuangan. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 16(1 SE-Articles), 45–59. <https://doi.org/10.31253/aktek.v16i1.2785>
- Trida, T., Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2021). Pengaruh Likuiditas Dan Profitabilitas Terhadap Perubahan Labapada Pt. Unilever Indonesia, Tbk. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 13(1 SE-Articles), 77–84. <https://doi.org/10.31253/aktek.v13i1.706>
- Triwibowo, T. S., & Sutisna, N. (2023). Pengaruh Disiplin Kerja, Kompetensi, serta Keselamatan dan Kesehatan Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT. Mitra Bangun Cemerlang. *Prosiding : Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1).
- Ummah, M. S. (2019). No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析Title. *Sustainability (Switzerland)*, 11(1), 1–14. http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-gene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- Warongan, B. U. C., Dotulong, L. O. H., & Lumintang, G. G. (2022). Effect of Work Environment and Work Stress on Employee Performance at PT Jordan Bakery Tomohon. *Lumintang 963 Jurnal EMBA*, 10(1), 963–972.
- Wibowo, S., Sutandi, Limajatini, & Komarudin, H. (2021). Pengaruh Ukuran Perusahaan, Capital Intensity terhadap Tax Avoidance dengan Variabel Opinion Shooping Sebagai Variabel Intervening pada Perusahaan Manufaktur di BEI. *Akuntoteknologi : Jurnal Ilmia Akuntansi Dan Teknologi*, 13(1), 1–12.
- Wicaksono, B. B., Audinasari, R., & Mindayani, R. (2023). Meningkatkan Keunggulan Kompetitif UMKM di Era Disrupsi: Suatu Tinjauan dalam Perspektif Ekonomi Makro. *Jurnal Riset Ilmu Ekonomi*, 3(3 SE-Articles), 160–173. <https://doi.org/10.23969/jrie.v3i3.71>

- Wilyanto. (2022). Pengaruh Minat, Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Beras Organik MD Pada PT. Wahana Mutiara Agromedica. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 2(2), 5–24.
- Winata, S., Kusnawan, A., Limajatini, L., & Hernawan, E. (2020). Ethical Decision Making Based On The Literature Review Of Ford & Richardson 1962 - 1993. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(1 SE-Articles), 1–8. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i1.286>
- Winata, S., Selfiyani, S., Suhendra, S., & Samara, A. (2023). Pengaruh Current Ratio, Return On Assets, dan Total Assets Turnover Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Makanan dan Minuman Yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2017-2021. *ECo-Buss*, 5(3), 1058–1069. <https://doi.org/10.32877/eb.v5i3.596>
- Wulandari, A. S., & Limajatini, L. (2022). The Effect of Modernization of Tax Administration System, Fiscus Services, Understanding Tax Regulations and Tax Sanctions on The Compliance of Personal Taxpayers (Case Study on Employees of PT Arjuna Maha Sentosa). *Nikamabi*, 1(1), 30–46. <https://doi.org/10.31253/ni.v1i1.1190>
- Yaputra, A., & Yoyo, T. (2023). Pengaruh Lingkungan Kerja, Komunikasi Dalam Bekerja, Dan Tekanan Pekerjaan Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Infotama Teknologi Indonesia. *EMaBi: Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 1, 1–10. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/view/2028%0Ahttps://jurnal.ubd.ac.id/index.php/emabi/article/download/2028/1305>
- Yehezkiel, R., & Gultom, J. B. (2024). Pengaruh Intensitas Modal , Pertumbuhan Penjualan , Leverage , dan Ukuran Perusahaan terhadap Tax Avoidance dengan Profitabilitas Sebagai Variabel Intervening (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur Sektor Barang Konsumen Primer yang Terdaftar di Bursa. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 4(1), 1–12.
- Yehuda, M., Manuel, A., & Imanuel, F. (2024). The Effect of Job Pressure and Task Complexity on Performance with Resilience Ability as Moderator. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(3 SE-Articles), 37–51. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i3.2778>
- Yoyo, T. (2021). Literature Review on A Nation Competitiveness. *ECo-Buss*, 75(17), 399–405.
- Yoyo, T., & Anugrah, M. (2021). Beban Kerja Terhadap Loyalitas Karyawan di PT . CLC Niaga Indonesia. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 184–196. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/pros/article/view/718>
- Yoyo, T., Hanitha, V., & Hendra, H. (2023). Developing The Competitiveness Model of The Palm Oil-Based Fatty Acid and Fatty Alcohol Industry in Indonesia Using Porter's Diamond Cluster Competitiveness Model. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 21(1 SE-Articles), 13–23. <https://doi.org/10.31253/pe.v21i1.1537>
- Yoyo, T., & Listen, G. (2020). The Effect Of Promotion, Price, And Quality Of Service In Decision Making Using Online Transportation. *ECo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 152–160. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/535>
- Yoyo, T., Nana Sutisna, & Sutantio. (2024). Pengaruh Lingkungan Kerja, Beban Kerja, dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Magang di BCA BSD (Studi Kasus: Wisma BCA BSD). *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 22(1 SE-Articles), 45–51. <https://doi.org/10.31253/pe.v22i1.2662>
- Yoyo, T., Sutisna, N., & Silaban, B. (2019). Analysis of Store Location and Atmosphere the Effect on Consumer Purchase Interest at Centro Department Store . *ECo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 144–149. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/540>
- Yuniastri, N. P. A., Endiana, I. D. M., & ... (2021). ... , Struktur Modal Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan Pada Perusahaan Manufaktur Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2017-2019. *KARMA (Karya Riset ...)*, 1(1). <https://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/view/1615%0Ahttps://e-journal.unmas.ac.id/index.php/karma/article/download/1615/1299>
- Z.Dhea, N. Ari, Andy, S. (2020). Analysis Of Company Performance Effect On Share Price Study On Construction Sub Sector Companies Registered In Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis - Vol. 18. No. 1 (2020)*, 1, 1–9. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/294/178>
- ЦМАКП. (2024). *Тетрадь №12. Спецсюжет . Обеспеченность Экономики Кадрами: О Важнейших Структурных Дисбалансах 1. 4*, 1–21.
- Cesariana, C., Juliansyah, F., & Fitriyani, R. (2022). *MODEL KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPUASAN KONSUMEN PADA MARKETPLACE: KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN (LITERATURE REVIEW MANAJEMEN PEMASARAN)*. 3(1). <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>
- Fenny, K., Marpaung, M., Willy, A. S., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). *PENGARUH HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN INDOMIE PADA PT. ALAMJAYA WIRASENTOSA KABANJAHE* (Vol. 7, Issue 1). <http://ejournal.lmiimedan.net>

- Giovani, M. (2019). *IDENTIFIKASI ORIENTASI KEWIRAUSAHAAN PENGUSAHA BAKSO DI SEMARANG*. Tesis lainnya, UNIKA SOEGIJAPRANATA SEMARANG.
- Harum, S., & Sutrisna. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Promosi Dan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kunci Bellucci Group*.
- Jacklin, M. P. R., Mandey, S., Tampenawas, J., & Bauran..., P. (2019). PENGARUH BAURAN PEMASARAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MATAHARI DEPARTMEN STORE MEGA MALL MANADO. In *431 Jurnal EMBA* (Vol. 7, Issue 1).
- Jasumin, R. J., & Andy. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Kopi Soe di Kutabumi. *Prosiding: Ekonomi Dan Bisnis, Vol.2 No.2*(<https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros/issue/view/71>).
- Kaniya, Y. (2022). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CHATIME DI SUMMARECON MAL SERPONG*.
- Lihardo, J. (2022). *PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BARANG ELEKTRONIK PADA TOKOPEDIA DI MASA PANDEMI COVID-19*.
- Saribu, H. D. T., & Maranatha, E. G. (2020). *PENGARUH PENGEMBANGAN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN STRATEGI PEMASARAN TERHADAP PENJUALAN PADA PT ASTRAGRAPHIA MEDAN*.
- Suhardi, Y., Burda, A., Darmawan, A., Oktavia, L., Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, S., Management, I., Suhardi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta, Y., & Manajemen Strategi, J. (2021). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian JMSAB* 583. 4(2), 583–594. <https://doi.org/10.36407/jmsab.v4i1.381>
- Tholok, F. W., Sugandha, Janamarta, S., & Parameswari, R. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Kualitas Pengiriman Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Online Lazada (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis). *PRIMANOMICS: JURNAL EKONOMI DAN BISNIS*, 21 No.2.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & David Ramdansyah, A. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP LOYALITAS NASABAH DENGAN KEPUASAN NASABAH SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu'amalah Cilegon)*.