

# Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Konsumen Tangerang Untuk Melakakuan Pembelian Di Pt. Seiv Indonesia

Ferry Supriatna<sup>1\*</sup>, Tjong Se Fung<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>Universitas Buddhi Dharma

Jl. Imam Bonjol No. 41 Karawaci Ilir, Tangerang, Indonesia

<sup>1)</sup>supriatnaferry3@gmail.com

<sup>2)</sup>tjong.sefung@ubd.ac.id

Rekam jejak artikel:

Terima September 2022;  
Perbaikan September 2022;  
Diterima September 2022;  
Tersedia online Oktober 2022;

Kata kunci:

Harga, Mutu  
Pelayanan  
Mutu Produk  
Keputusan Pembelian

## Abstrak

Riset ini dilakukan di PT.Seiv Indonesia untuk memahami dampak mutu produk, mutu layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan. Data untuk riset ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada karyawan PT.Seiv Indonesia dan hasil observasi. Dalam melakukan riset ini, peneliti menggunakan beberapa metode analitik dan metode untuk mengpengujian validitas, reliabilitas dan korelasi. Ini termasuk pengujian reliabilitas Cronbach Alpha, pengujian regresi linier berganda, pengujian korelasi ganda, pengujian t, pengujian f dan pengujian koefisien determinasi. Setelah data dikumpulkan melalui karyawan PT.Seiv Indonesia melalui software SPSS versi 24, pengpengujianan ini dilakukan.

Hasil riset ini menunjukkan bahwa harga, mutu pelayanan dan mutu produk berpengaruh positif terhadap keputusan pelanggan pada PT Seiv Indonesia. Ketika mempertimbangkan nilai-nilai ini, pengujian-F menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara mereka dan keputusan pelanggan:  $F\text{-hitung} = 19.930$ ,  $S = 0,000$  dan  $F\text{-hitung} > F\text{-tabel}$  atau  $2,68$ . Selain itu, ada korelasi positif tetapi tidak signifikan antara mutu layanan dan keputusan pelanggan ketika mempertimbangkan pengujian-T;  $T\text{-hitung} = 5,064 < t\text{-tabel } 1,66691$ ,  $t=5,064$  dan  $t > 1,66691 < 0,05$ . Namun, ada korelasi yang signifikan antara harga dan keputusan pelanggan ketika mempertimbangkan pengpengujianan yang sama:  $T\text{-hitung} = 0,745 < t\text{-tabel } 1,66691$ ,  $t=0,745$ ,  $t > 1,66691 < 0,05$ .

## I. PENDAHULUAN

Sumber daya manusia perusahaan adalah bagian penting dari organisasi; merekalah yang mendorong kelancaran kegiatan dan membantu kemajuan perusahaan. Kelompok sumber daya manusia bahkan lebih signifikan dalam hal ini.

Pelanggan lebih loyal terhadap produk dengan harga murah. Namun, bukan berarti barang dengan harga murah memiliki mutu yang baik.

Saat membeli suatu barang, pelanggan biasanya melihat mutu dari produk tersebut. Mereka juga dapat dipengaruhi oleh mutu layanan produk (Aditia et al., 2021; Andy, 2016, 2018; Andy & -,

2018; Anggreni et al., 2021; Angreni, 2020; Angreni et al., 2019; Angreni & Lupie, 2021; Dinata et al., 2019; Ekonomi et al., 2021; Ekonomi & Hartono, 2021; Farunik, 2019; Ginny, 2019; Ginny et al., 2021; Ginny & Andy, 2021; Ginny & Jasumin, 2019; Hernawan et al., 2019, 2021; Hernawan & Andy, 2018, 2019; A. Hidayat, 2020a, 2020b, 2021; A. Hidayat & Hartanto, 2019; A. M. N. Hidayat & Prayogi, 2021; Krisna et al., 2021; Kusnawan et al., 2019, 2020; Listen et al., 2020; Mahmudah Enny W, 2017; Mutmainnah & Dimiyati, 2021; Natalia et al., 2020; Natalie, 2019; Parameswari, 2020; Parameswari et al., 2021a, 2021b; Parameswari, Pujiarti, et al., 2020; Parameswari, Tholok, et al., 2020; Pujiarti et al., 2019, 2021; M. Purnama, Hanitha, et al., 2021; M. Purnama, Hidayat, et al., 2021; O. Purnama et al., 2019, 2020; Puspita & Rahmawan, 2021; Reichenbach et al., 2019; Serlina, 2021; Silaswara et al., 2021; Simorangkir et al., 2021; Supriyanto et al., 2021; Sutandi et al., 2021; Sutisna, 2019, 2020; Trida et al., 2021; Wibowo & Listen, 2019; Yonathan, 2021; Yoyo et al., 2019; Yoyo & Listen, 2020; Z.Dhea, N. Ari, Andy, 2020). Ini dapat mencakup berbagai pilihan untuk pembelian dan pengiriman cepat.

Untuk bisnis di pasar yang kompetitif, layanan pelanggan dapat menjadi variabel penentu ketika membuat keputusan pembelian. Jika layanan perusahaan tidak sesuai dengan standar, maka pelanggan dapat memilih untuk tidak membeli dari mereka. Untuk memberikan layanan berkualitas tinggi, bisnis harus memberikan harga terbaik dan produk dengan mutu terbaik.

## **II. TINJAUAN PUSTAKA**

### **Sumber Daya Manusia**

Bagi (Malayu S.P Hasibuan, 2017 : 17) mengemukakan bahwa :

“Manajemen ialah ilmu dan seni menyusun metode pemakaian sumber daya manusia dan sumber-sumber yang lain dengan metode berdaya guna dan berakal untuk untuk mencapai tujuan spesial”.

Bagi (Sarinah dan Mardalena, 2017 : 7) mengemukakan bahwa :

“Manajemen merupakan suatu cara dalam bagan menggapai tujuan bersama lewat orang– orang serta sumber daya kelompok yang lain.”.

### **Harga**

Bagi (Kotler Amstrong,2018 : 52) mengemukakan bahwa:

“jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk ataupun jasa. Harga merupakan salah satu bagian bauran penjualan yang menciptakan pemasukan, sebaliknya bagian yang lain menandakan bayaran”.

### **Mutu produk**

Bagi ( Kotler dan Keller, 2016 : 164 ) mengemukakan bahwa :

“Mutu produk merupakan daya suatu benda untuk memberikan hasil ataupun kemampuan yang cocok apalagi melampaui dari apa yang di mau pelanggan”.

### **Mutu Pelayanan**

Bagi (Rusydi, 2017 : 39) mengemukakan bahwa:

“Mutu jasa merupakan daya industri dalam memberikan jasa terbaik yang baik dibanding dengan rivalnya.”.

Bagi (Kotler Dan Keller, 2016 : 164) bahwa :

“Mutu produk merupakan daya suatu benda untuk memberikan hasil ataupun kemampuan yang cocok apalagi melampaui dari apa yang di mau pelanggan”.

## **Keputusan Pembelian**

Ketetapan pembelian yakni suatu metode pengumpulan ketetapan yang diawali dengan pengenalan kasus sehabis itu mengevaluasinya dan mengakhiri produk yang amat sesuai dengan kemauan Bagi (Kotler dan Amstrong, 2016 : 177) mengemukakan bahwa:

“Mengemukakan sebenarnya ketetapan pembelian ialah bagian dari sikap pelanggan, yang mana sikap pelanggan ialah riset hal semacam apa seorang ataupun golongan dalam memastikan, membeli, konsumsi, dan semacam apa produk, ilham ataupun pengalaman untuk melegakan keinginan pelanggan”.

## **III. METODE**

### **Jenis Riset**

Tipe riset yang digunakan ialah mengenakan riset Kuantitatif. Dalam banyak kejadian yang terjalin di dalam industri, khususnya Sumber Daya Manusia pengarang hendak mengidentifikasi elastis bebas serta elastis terbatas, berikutnya lewat hasil kalkulasi statistik hendak dikenal seberapa besar akibat elastis bebas terhadap elastis terbatas.

### **Objek Riset**

Subjek yang digunakan dalam riset ini yakni PT. Seiv Indonesia, riset ini dicoba supaya bisa mengenali Akibat Harga, Mutu pelayanan, dan Mutu Produk, terhadap Keputusan pelanggan pada PT. Seiv Indonesia.

### **Jenis Data**

Pada riset ini mengenakan tipe data Pokok, ialah sumber data yang diterima dengan metode langsung dari sumber asli, Data Utama dalam riset ini diterima dari penyebaran angket pada responden dan melaksanakan tanya jawab.

### **Sumber Data**

Sumber data ini diterima lewat hasil kuisisioner dari Pegawai PT. Seiv Indonesia yang sudah disebarkan.

### **Populasi**

Populasi dari riset ini ialah Semua Pegawai PT. Seiv Indonesia.

### **Sampel**

Sampel yang dipakai pada riset ini merupakan semua pegawai PT. Seiv Indonesia.

### **Teknik Analisis Data**

Pada riset ini memakai program SPSS tipe 24. Dengan bermacam pengetesan alhasil hendak memperoleh hasil serta kesimpulan untuk bisa penuhi tujuan permasalahan.

### **Pengujian Normalitas**

Percobaan Normalitas yakni untuk mengukur apakah data kita mempunyai penyaluran wajar, alhasil bisa digunakan dalam statistik parametrik, bila data tidak berdistribusi wajar bisa digunakan

statistik non parametrik. Percobaan normalitas yakni melaksanakan analogi antara data yang kita memiliki dengan data berdistribusi alami yang memiliki mean dan standar deviasi yang seragam dengan data yang kita memiliki.

### **Pengujian Multikolinearitas**

Untuk untuk mengenali apakah ada tidaknya elastis independent yang mempunyai kesamaan dampingi elastis independent dalam suatu model. Kesamaan dampingi elastis bebas hendak menyebabkan hubungan yang kokoh.

### **Pengujian Heteroskedastisitas**

Untuk mencoba terbentuknya perbandingan variance residual suatu rentang waktu observasi ke rentang waktu observasi yang lain.

### **Analisis Regresi Linear Berganda**

Dipakai untuk mengenali akibat antara 2 ataupun lebih elastis independent yang mencakup Dorongan, Ganti rugi serta Rekrutmen terhadap elastis terbatas ialah Kebahagiaan Kegiatan.

### **Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Dipakai mengukur seberapa jauh daya model dalam menerangkan alterasi elastis bebas. Koefisien pemastian ini dipakai sebab bisa menerangkan kebaikan dari model regresi dalam memperhitungkan elastis terbatas.

### **Pengujian Signifikansi Parsial (Pengujian T)**

Percobaan T pada biasanya memberi ketahui sepanjang mana akibat satu elastis penjelas ataupun bebas dengan cara perseorangan dalam mejelaskan alterasi elastis terbatas.

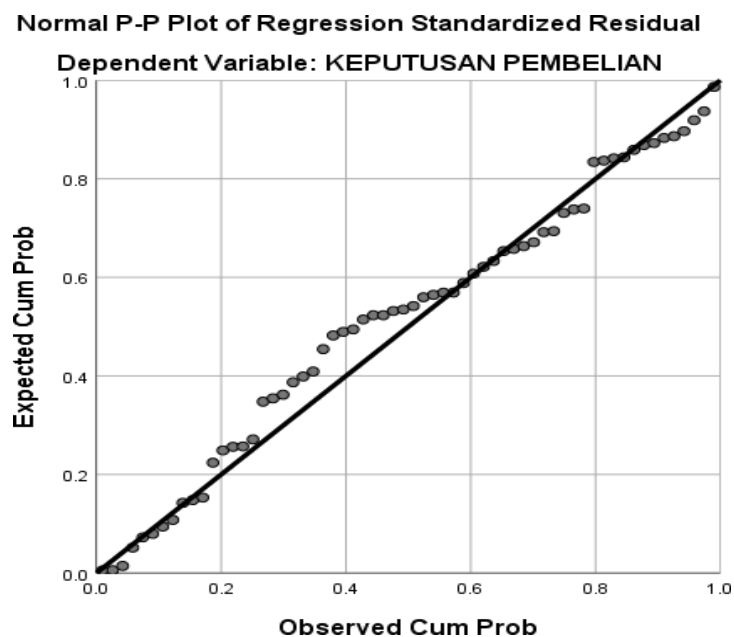
### **Pengujian Signifikansi Simultan (Pengujian F)**

Digunakan supaya bisa memberi ketahui apakah seluruh variabel leluasa yang dimasukkan dalam model, mempunyai akibat dengan cara bersama-sama terhadap elastis terikat.

## **IV. HASIL**

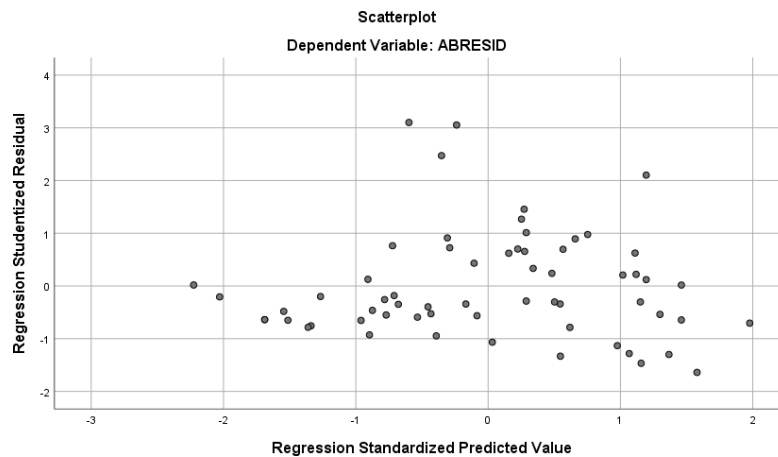
### **Hasil Pengujian Asumsi Klasik**

#### **1) Hasil Pengujian Normalitas**



Dari diagram histogram diatas bisa diamati kalau model regresi mengarah membuat kurva wajar yang gembung serta pada diagram wajar probability alur diperoleh titik-titik data menabur disekitar garis diagonal serta menjajaki arah garis diagonal. Perihal ini membuktikan kalau model regresi ini penuh anggapan normalitas sebab data terdistribusi wajar

## 2) Hasil Pengujian Heteroskedastisitas



Pada diagram scatterplot bisa di amati titik- titik yang menabur dengan cara random serta terhambur di atas serta dasar nilai 0 pada sumbu Y, sehingga bisa disimpulkan kalau tidak terjalin heteroskedastisitas pada model regresi.

## Hasil Pengujian Hipotesis

### 1) Regresi Linear Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.815	4.636		2.548	.013
	HARGA	.603	.119	.588	5.064	.000
	MUTU PELAYANAN	.143	.192	.143	.745	.459
	MUTU PRODUK	.045	.163	.048	.276	.783

$$Y = 11,815 + 0,603 X_1 + 0,143 X_2 - 0,045 + \varepsilon$$

Bersumber pada hasil pengetestan diatas, diperoleh hasil:

- Nilai koefisien untuk konstanta sebesar 11.815
- Nilai koefisien elastis Harga (b1) berharga positif, ialah 0,603, ini bisa dimaksud kalau tiap kenaikan harga sebesar 1 dasar, sehingga hendak menaikkan ketetapan pelanggan sebesar 0,603 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya senantiasa.
- Nilai koefisien elastis Mutu Jasa (b2) berharga Positif, ialah 0,143. ini bisa dimaksud kalau tiap ekskalasi Mutu Jasa sebesar 1 dasar, sehingga hendak menimbulkan ekskalasi ketetapan pelanggan sebesar 0,143 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya senantiasa.
- Nilai koefisien elastis Mutu Produk (b3) berharga Positif, ialah 0,045, ini bisa dimaksud kalau tiap ekskalasi Mutu Produk sebesar 1 dasar, sehingga hendak menimbulkan ekskalasi ketetapan pelanggan sebesar 0,045 dasar dengan anggapan elastis bebas lain nilainya tetap.

## 2) Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.712 <sup>a</sup>	.508	.482	2.472

- Predictors: (Constant), MUTU PRODUK, HARGA, MUTU PELAYANAN
- Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Nampak kalau nilai *adjusted* R2 merupakan 0,482 ataupun 48.2%. Ini berarti versi elastis leluasa harga, Mutu jasa serta mutu produk pengaruhi elastis terikat ketetapan pembelian sebesar 48,2% sebaliknya lebihnya 51.8% dipengaruhi oleh elastis lain yang tidak dimasukkan dalam model.

## 3) Hasil Pengujian Parsial (Pengujian T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.815	4.636		2.548	.013
	HARGA	.603	.119	.588	5.064	.000
	MUTU	.143	.192	.143	.745	.459

PELAYANAN					
MUTU PRODUK	.045	.163	.048	.276	.783

Hasil pengujian :

- 1) Harga (X1) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.000. Nilai sign lebih besar dari nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 diperoleh serta H0 ditolak. Elastis X1 mempunyai t jumlah 5.064 t table 1, 66691. Bisa disimpulkan kalau Harga mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.
- 2) Mutu jasa (X2) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.459. Nilai sign lebih besar nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 ditolak serta H0 diperoleh. Elastis X2 mempunyai t jumlah 0,745t table 1,66691. Bisa disimpulkan kalau Mutu jasa tidak mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.
- 3) Mutu produk (X3) terhadap Ketetapan Pelanggan (Y) Nampak ada pada model 1 nilai sign 0.783. Nilai sign lebih besar nilai kebolehjadian 0,05, sehingga H1 ditolak serta H0 diperoleh. Elastis X3 mempunyai t jumlah 0.276 t table 1,66691. Bisa disimpulkan kalau Mutu produk tidak mempunyai akibat penting terhadap Ketetapan Pelanggan.

#### 4) Hasil Pengujian Simultan (Pengujian F)

##### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	365.312	3	121.771	19.930	.000 <sup>b</sup>
	Residual	354.381	58	6.110		
	Total	719.694	61			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN  
 Predictors: (Constant), MUTU PRODUK, HARGA, MUTU PELAYANAN

Terlihat bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $19.930 > 2,68$ ) dengan nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  sehingga  $H_0$  ditolak serta  $H_a$  diperoleh yang berarti Harga, Mutu jasa serta Mutu produk dengan cara simultan mempunyai akibat yang penting terhadap ketetapan pelanggan

## V. KESIMPULAN

1. Variabel Price memiliki nilai R Square sebesar 0,138 pada kolom R Square. Artinya 13,8% keputusan pembelian dipengaruhi oleh Harga; sisanya 86,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Pengujian-t menunjukkan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 atau 5%. Artinya hasil tersebut dapat dikatakan signifikan dengan nilai thitung lebih rendah dari nilai ttabel— yaitu 5,064 lebih rendah dari 1,66691. Oleh karena itu, kita dapat menyimpulkan bahwa baik  $H_a$  dan  $H_0$  adalah kesimpulan yang valid berdasarkan data yang diberikan.
2. Kolom R Square pada variabel Service Quality menunjukkan pengaruh Service Quality terhadap Keputusan Pembelian. Angka R Square sebesar 0,112 yang artinya 11,2% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh Mutu Pelayanan. Sisanya 88,8% Keputusan Pembelian dipengaruhi oleh variabel lain di luar riset ini. Pengujian-t menunjukkan bahwa nilai 0,459 lebih besar dari 0,05, atau 5%. Dengan memperhatikan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa 0,745 lebih kecil dari 1,66691— artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak. Data terkait variabel Rekrutmen dapat dilihat pada kolom R Square. Angka R Square-nya menunjukkan bahwa 54,3% kepuasan kerja karyawan dapat dikaitkan dengan variabel ini. Sisanya 45,7% dapat dikaitkan dengan variabel luar dan variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Sebuah t-test dilakukan pada nilai-nilai ini dan ditemukan bahwa nilai t-hitung lebih besar dari nilai 1,979 yang ditemukan di t-tabel. Hal ini berarti terdapat hubungan yang signifikan antara Rekrutmen dengan kepuasan kerja karyawan, yang ditunjukkan dengan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05. Akibatnya, hasil dari pengujian ini memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan bahwa  $H_a$  benar dan  $H_0$  salah. Artinya mereka dapat menyimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara Rekrutmen dan kepuasan kerja karyawan.
3. Kolom R Square variabel Mutu Produk menunjukkan bahwa 10,7% pengaruh terhadap kepuasan pelanggan berasal dari mutu pelayanan. Sisanya 89,3% berasal dari variabel lain yang tidak dipertimbangkan dalam riset ini. Selain itu, pengujian-t menentukan bahwa nilai signifikansi adalah 0,783, yang lebih besar dari 0,05 atau 5%. Artinya, hasilnya signifikan—artinya  $H_a$  dapat ditolak dan  $H_0$  dapat diterima sebagai kebenaran.
4. Walaupun ada pengaruh luar lainnya, Harga, Mutu Pelayanan, Mutu Produk dan Harga mempengaruhi Kepuasan Pelanggan pada PT. Seiv Indonesia secara bersamaan. Hal ini dikonfirmasi oleh sebuah riset yang mengungkapkan besarnya pengaruh ini menjadi 50,8%. Setelah dihitung nilai F menjadi 19.930, F tabel kembali 2.74. Akibatnya, nilai F hitung lebih besar dari F tabel; ini berarti  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Akibatnya, pengaruh signifikan pada hubungan linier antara harga, mutu layanan dan mutu produk memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu, model regresi layak dan layak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Aditia, A., Komara, A. T., Roslina, N. Y., & Jatmika, L. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Acman: Accounting and Management Journal*, 1(2), 104–114. <https://doi.org/10.55208/aj.v1i2.25>
- Andy. (2016). *Journal of Economics and Business Aseanomics ( JEBA ) PENGARUH BRAND IMAGE DAN PELAYANAN TERHADAP*. 1(1).
- Andy. (2018). PENGARUH RETURN ON ASSETS, 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 periode 2010-2015)\*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 16(2), 42–522. <https://www.mendeley.com/reference-manager/reader/1f7b4e3d-0efb-3e05-93b8-0d6fd1f74b46/36dcb130-061e-1c21-4014-3d4f98551416>
- 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>
- Anggreni, T., Farunik, C. G., & Hendra, H. (2021). New Paradigm in Millennial Business: A Case Study of Pilona Coffee, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1 SE-Articles), 206–2014. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.524>
- Angreni, T. (2020). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Papan Nama, Media Massa Lokal, dan Potongan Harga Pada Keputusan Mahasiswa Memilih Perguruan Tinggi Buddhi , Karawaci, Tangerang. *eCo-Buss*, 2(3 SE-Articles), 32–43. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i3.135>
- Angreni, T., Hidayat, A., Listen, G., & Yana, D. (2019). Analisis Rasio Likuiditas Dan Profitabilitas Untuk Menilai Going Concern Perusahaan Property Dan Real Estate Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2016-2018. *AKUNTOTEKNOLOGI*, 11(1 SE-Articles), 121–128. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i1.776>
- Angreni, T., & Lupie, D. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Pakaian Dalam Pria PT. Colorindo Internusa di Carrefour Tangcity Mall: BRAND IMAGE AND PRICE ON PURCHASE DECISION. *eCo-Buss*, 3(2 SE-Articles), 73–80. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i2.177>

- 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>
- Ekonomi, P., & Hartono, S. (2021). Pengaruh Lingkungan Kerja dan Komitmen Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Pegawai pada SMA Negeri 3 Tangerang. *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 1–11. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/pros>
- Ekonomi, P., Manggala, T. A., & Hidayat, A. (2021). *Pengaruh Kebijakan Harga , Citra Merek , dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Spring Bed King Koil PT . Duta Abadi Primantara*. 1(1).
- Farunik, C. G. (2019). Strategi Digital Leadership menurut Pendekatan Kepemimpinan Situasional. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 146–158. <https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/PE/article/view/95>
- Ginny, P. L. (2019). Analisis Strategi Bersaing Perusahaan Yang Bergerak Dibidang Logistik Di Jakarta. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(2 SE-Articles), 107–128. <https://doi.org/10.31253/pe.v17i2.172>
- Ginny, P. L., & Andy, A. (2021). A Business Model Analysis On Hj Nina's Rental Housing Using Business Model Canvas Approach. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(3 SE-Articles), 75–90. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i3.637>
- Ginny, P. L., Farunik, C. G., & Fung, T. S. (2021). Potensi Pengembangan Usaha Peternakan Sapi Babussalam Al Barokah Pada Kawasan Sapi Ternak Di Kabupaten Bogor. *eCo-Buss*, 4(1 SE-Articles), 58–80. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i1.209>
- Ginny, P. L., & Jasumin, R. J. (2019). Pengaruh Economic Value Added (EVA) Dan Return On Investment (ROI) Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Empiris Pada Perusahaan Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (BEI) Periode 2016-2018). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 11(2 SE-Articles), 95–106. <https://doi.org/10.31253/aktek.v11i2.777>
- 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, Wi, P., & Alexander. (2021). 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.
- Hidayat, A. (2020a). Netflix Business Sees Unprecedented Growth Amid Covid-19 Pandemic. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 2(2), 332–338.
- Hidayat, A. (2020b). New Regulation on Payment System no. 22/23/PBI/2020 by Central Bank of Indonesia. *eCo-Buss*, 3(1 SE-Articles), 1–6. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i1.179>
- Hidayat, A. (2021). New Banks in Midst of Fintech and Neobanks: English. *eCo-Buss*, 3(2 SE-Articles), 44–47. <https://doi.org/10.32877/eb.v3i2.190>
- Hidayat, A., & Hartanto, G. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Bergaransi Distributor Pada PT. Tiga Agung. *eCo-Buss*, 2(1 SE-Articles), 16–29. <https://doi.org/10.32877/eb.v2i1.95>
- Hidayat, A. M. N., & Prayogi, E. (2021). Perancangan Proses Manufaktur Mesin Kompos Cair dari Sampah Buah. *Jurnal Asimetrik: Jurnal Ilmiah Rekayasa Dan Inovasi*, 3(1 SE-Articles). <https://doi.org/10.35814/asimetrik.v3i1.1766>
- Krisna, T. N., Andy, & Samara, A. (2021). Pengaruh Current Ratio (Cr), Net Profit Margin (Npm), Debt To Equity Ratio (Der) Dan Firm Size Terhadap Harga Saham Pada Perusahaan Manufaktur Subsektor Makanan Dan Minuman Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2018-2020. *Jurnal Penelitian Manajemen*, 3(2), 456–465.
- Kusnawan, A., Andy, Hernawan, E., Silaswara, D., & Sefung, T. (2020). The Effect of Digital Payment to Millennial Consumer Purchase Decisions. *TEST Engineering and Management*, 82(5116), 5116–5129. [www.alexandria.com](http://www.alexandria.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>
- Listen, G., Angreni, T., Farunik, C. G., & Yana, D. (2020). Pengaruh Enterprise Risk Management Disclosure, Intellectual Capital Disclosure Dan Debt To Asset Ratio Terhadap Nilai Perusahaan (Studi Kasus Pada Perusahaan Manufaktur Non Keuangan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2017-2019). *AKUNTOTEKNOLOGI*, 12(1 SE-Articles), 144–152. <https://doi.org/10.31253/aktek.v12i1.778>
- Mahmudah Enny W. (2017). Manajemen Sumber Daya Manusia Manajemen Sumber Daya Manusia. In *Edisi Revisi Jakarta: Bumi Aksara* (Nomor 1).
- Mutmainnah, M., & Dimiyati, A. (2021). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt Chip Motor Indonesia. ... : *Seminar Nasional Hasil ...*, 1(1). <http://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Senan/article/view/16501%0Ahttp://openjournal.unpam.ac.id/index.php/Senan/article/viewFile/16501/8623>
- 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>
- Natalie, T. (2019). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Kepercayaan dan Persepsi Resiko pada Pemabayaran Elektronik Terhadap Minat Menggunakan Ulang Gopay (Studi Kasus di

Kalangan Mahasiswa Fakultas Bisnis Universitas Buddhi Dharma). *Prosiding: Ekonomi dan Bisnis*, 1(1), 830–838.

- Parameswari, R. (2020). THE EFFECT QUALITY TANGERANG LIVE TO PUBLIC SATISFACTION IN TAMAN ROYAL 2. *Parapolitika : Journal of Politics and Democracy Studies*, 1(1 SE-Articles). <https://parapolitika.upnvj.ac.id/index.php/pp/article/view/7>
- Parameswari, R., Pujiarti, P., & Hernawan, E. (2020). Adaptation Of Disruption In Fast Food Companies In The New Normal Era. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(3 SE-Articles), 89–95. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i3.396>
- Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021a). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 92–101. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594>
- Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021b). Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District, Tangerang City. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2 SE-Articles), 92–101. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.594>
- Parameswari, R., Tholok, F. W., & Pujiarti, P. (2020). THE EFFECT OF PROFESSIONALISM ON EMPLOYEE WORK PRODUCTIVITY AT SAKURA JAYA COMPANY. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 18(2 SE-Articles), 56–68. <https://doi.org/10.31253/pe.v18i2.352>
- Pujiarti, P., Parameswari, R., & Janamarta, S. (2021). Performance Appraisal Standardization Of Educational Manpower And Education Management. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(1 SE-Articles), 118–125. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i1.510>
- Pujiarti, P., Satrianto, H. S., & Angreni, T. A. (2019). The Effect of Work Environment and Motivation on Job Satisfaction . *eCo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 150–155. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/541>
- Purnama, M., Hanitha, V., & Hidayat, A. (2021). Analysis of Factors Affecting Firm Value in Property, Real Estate and Building Construction Companies Listed on the Indonesia Stock Exchange for the 2014-2018 Period. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2 SE-Articles), 70–83. <https://doi.org/10.31253/pe.v19i2.592>
- Purnama, M., Hidayat, A., & Angreni, T. (2021). Employee Performance Analysis Influenced by Leadership Style, Motivation and Work Discipline. *eCo-Fin*, 3(3 SE-Articles), 375–379. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.530>
- Purnama, O., Hanitha, V., & Angreni, T. A. (2020). Financial Statement Analysis to Assess Company Financial Performance. *eCo-Fin*, 2(3 SE-Articles), 168–174. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/537>
- Purnama, O., Hanitha, V., & Listen, G. (2019). The Effectiveness of Promotion, Location and Brand Image on Motorcycle Purchase Decisions. *eCo-Fin*, 1(3 SE-Articles), 156–164. <https://jurnal.kdi.or.id/index.php/ef/article/view/542>
- Puspita, Y. D., & Rahmawan, G. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk pembelian produk H&M (Study Kasus Pada Online Shop Dystuff). *Jurnal Sinar Manajemen*, 8(2), 98–104.

- Reichenbach, A., Bringmann, A., Reader, E. E., Pournaras, C. J., Rungger-Brändle, E., Riva, C. E., Hardarson, S. H., Stefansson, E., Yard, W. N., Newman, E. A., & Holmes, D. (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. *Progress in Retinal and Eye Research*, 561(3), S2–S3.
- Serlina, S. (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.buddhi-dharma.ac.id/index.php/pros/article/download/756/452>
- Silaswara, D., Parameswari, R., & Kusnawan, A. (2021). Analysis of the Success of Training Programs using Webinars During the Covid-19 Pandemic. *eCo-Buss*, 4(2 SE-Articles), 165–179. <https://doi.org/10.32877/eb.v4i2.226>
- Simorangkir, V. D. T., Hidayat, A., Parameswari, R., & Yana, D. (2021). Pengaruh Return On Asset (ROA), Return On Equity (ROE), Current Ratio (CR), Debt To Equity Ratio (DER), Dan Total Asset Turnover (TATO) Terhadap Kondisi Financial Distress. *GOODWILL: Jurnal Penelitian Akuntansi*, 3(2), 380–391. [www.sahamok.net](http://www.sahamok.net)
- Supriyanto, A., Sutrisna, S., & Listen, G. (2021). The Relation of Price, Product Quality And Brand Image To Customer Loyalty In Manufacturing Companies. *eCo-Fin*, 3(3 SE-Articles), 380–387. <https://doi.org/10.32877/ef.v3i3.531>
- 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. (2019). Antara Pekerja Dengan Manajemen Perusahaan. *Penelitian Manajemen*, 1, 244–254.
- Sutisna, N. (2020). 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.
- 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>
- Wibowo, F. P., & Listen, G. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Konflik Kerja Terhadap Produktivitas Karyawan Pada PT. Media Bernas Jogja. *Primanomics : Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 17(1 SE-Articles), 93–103. <https://jurnal.ubd.ac.id/index.php/PE/article/view/91>
- Yonathan, V. (2021). Pengaruh Promosi di Aplikasi Youtube dan Variasi Produk Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Prosiding Ekonomi Bisnis*, 1(1), 757–766.
- 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., 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>

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>