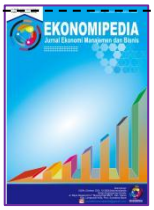
Vol. 2, No. II, Nopember_2024
ISSN 3025-4450
EKONOMIPEDIA
JURNAL EKONOMI MANAJEMEN DAN BISNIS
https://journals.gesociety.org/index.php/ekonomipedia



MENGUNGKAP DETERMINAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DALAM INDUSTRI KULINER: BUKTI DARI ELNA CAKE & BAKERY BUKITTINGGI

Gustina Bella Eka Putri[1], Heri Faisal Harahap[*2], Alfikri[3]
[123]Pengelolaan Agribisnis, Politeknik Pertanian Negeri Payakumbuh, Limapuluh Kota, Indonesia
Email: herifaisalharahap@gmail.com *

Informasi Artikel:
Diterima 10, 1l, 2024
Disetujui 10, 23, 2024
Diterbitkan 11,10,2024

Keywords:
SWOT, Regretion, Demand

Kata kunci:
SWOT
regresi
permintaa

Abstract*. This research was conducted in Bukittinggi City. This study aims to analyze product quality, price location and service simultaneously and partially on purchasing decisions. The number of respondents in the study were 100 respondents. Data collection is done through observation, interviews, questionnaires and documentation. The data is processed quantitatively with the data analysis used in the study is the Classical Assumption test (normality test, multicollinearity and heteroscedasticity test), multiple linear regression analysis and statistical tests (multiple correlation analysis, coefficient of determination, F test and t test). The results of the study based on gender are mostly female with a percentage of 79%. Based on age, the majority of respondents are aged 26-35 (39%). Based on the latest education, the majority have a bachelor's degree (61%). Based on the occupation of the majority of workers who are not written on the questionnaire statement or with other choices with a percentage of 32%. The results of statistical tests based on multiple correlation analysis (R) simultaneously the relationship between the independent variable and the dependent variable is stated to be strong at 80,2%, the coefficient of determination (R2) shows the influence of the variables used by 64,3% while the remaining 35,7% is influenced by other factors not explained in this study*.

Abstrak*.* Penelitian ini dilakukan di Kota Bukittinggi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan pelayanan secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 responden. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan dokumentasi. Data diolah secara kuantitatif dengan analisis data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi uji asumsi klasik (uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, dan uji statistik (analisis korelasi berganda, koefisien determinasi, uji F, dan uji t). Hasil penelitian berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan dengan persentase sebesar 79%. Berdasarkan usia, mayoritas responden berusia 26-35 tahun (39%). Berdasarkan pendidikan terakhir, mayoritas responden memiliki gelar sarjana (61%). Berdasarkan pekerjaan, mayoritas responden bekerja pada sektor yang tidak tercantum dalam pernyataan kuesioner atau memilih opsi "lainnya" dengan persentase sebesar 32%. Hasil uji statistik berdasarkan analisis korelasi berganda (R) secara simultan menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dinyatakan kuat sebesar 80,2%. Koefisien determinasi (R2) menunjukkan pengaruh variabel-variabel yang digunakan sebesar 64,3%, sedangkan sisanya sebesar 35,7% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

DOI: 10.55043/ekonomipedia
Halaman: 245-263
Penerbit: Green Engineering Associates

PENDAHULUAN

Sektor industri di Indonesia telah mengalami perkembangan yang pesat dalam beberapa dekade terakhir, dengan salah satu segmen yang menunjukkan pertumbuhan signifikan adalah industri roti. Menurut data dari Asosiasi Pengusaha roti di Indonesia (2023), pasar roti di Indonesia diproyeksikan akan terus berkembang seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat urban yang semakin mengarah pada pola makan yang lebih praktis dan variatif. Fenomena ini didorong oleh meningkatnya kesibukan masyarakat perkotaan yang cenderung memilih makanan siap saji, termasuk roti, sebagai alternatif makanan pokok.

Roti telah menjadi salah satu sumber energi utama yang dapat dikonsumsi sebagai pengganti nasi. Hal ini dikarenakan roti dianggap praktis dan memiliki kandungan nutrisi yang cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan nutrisi konsumen. Siregar (2020) menegaskan bahwa roti seringkali dikonsumsi setiap hari sebagai pengganti karbohidrat utama dan menjadi pilihan menu sarapan yang sehat. Data dari Badan Pusat Statistik (2023) menunjukkan bahwa produksi roti di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan, didorong oleh berbagai inovasi dalam produk roti serta meningkatnya preferensi konsumen terhadap makanan praktis dan bergizi.

Sehubungan dengan konteks ini, Kota Bukittinggi muncul sebagai lokasi yang menarik untuk studi industri roti. Kota ini telah dikenal sejak zaman kolonial sebagai jalur perdagangan strategis dan hingga kini masih menjadi pusat perdagangan yang menghasilkan berbagai komoditas dalam skala besar dan kecil. Bukittinggi juga merupakan salah satu destinasi wisata utama di Sumatera Barat. Berdasarkan data BPS Kota Bukittinggi (2023), mayoritas penduduk hidup sebagai pedagang, dengan kontribusi sebesar 34,37 persen terhadap Produk Domestik Regional Bruto pada tahun 2023. Kondisi ini menciptakan lingkungan yang kompetitif bagi usaha-usaha lokal, termasuk industri roti.

Industri roti di Bukittinggi juga menghadapi tantangan yang signifikan di tengah pertumbuhan dan potensi pasar yang besar ini. Kondisi pasar yang semakin kompetitif dan dinamis di era globalisasi mengharuskan pelaku bisnis untuk selalu memperhatikan persaingan dalam lingkungan bisnisnya. Pebisnis dituntut untuk dapat mengoptimalkan sumber daya yang mereka miliki, meningkatkan daya saing produk mereka di pasar, menerapkan berbagai strategi pemasaran yang efektif, dan terus mengembangkan strategi bisnis baru.

Salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh industri roti di Bukittinggi adalah perilaku konsumen yang sangat rentan untuk berubah-ubah. Sehubungan dengan hal ini mengharuskan setiap perusahaan untuk terus mengikuti perubahan keinginan konsumen secara berkelanjutan. Riandini (2022) mengidentifikasi beberapa faktor kunci yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam industri roti, antara lain kualitas produk, lokasi, harga, dan pelayanan, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman bagaimana faktor-faktor ini berinteraksi dan memengaruhi keputusan pembelian konsumen dalam konteks spesifik Kota Bukittinggi.

Kualitas produk menjadi salah satu faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Satdiah et al. (2023), menekankan bahwa kualitas produk yang baik dengan cita rasa yang khas akan memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan. Namun, pada kondisi lapangan di Bukittinggi, ditemukan beberapa konsumen yang mengeluh akan rasa, bentuk dan varian produk roti yang masih dianggap kurang oleh mereka, seperti masih kurangnya varian rasa yang di sediakan. Hal ini menunjukkan adanya kesenjangan antara harapan konsumen dan kualitas produk yang ditawarkan oleh toko roti Elna Cake & Bakery. Observasi awal di Elna Cake & Bakery Bukittinggi menunjukkan adanya beberapa isu yang perlu diperhatikan. Dari segi kualitas produk, harus mengikuti trend terkait rasa, bentuk, dan variasi produk yang ditawarkan. Hal ini mengindikasikan adanya potensi masalah dalam aspek kualitas produk yang perlu diteliti lebih lanjut.

Lokasi juga menjadi faktor krusial dalam industri roti. Usman (2017) menegaskan bahwa pemilihan lokasi yang tepat merupakan salah satu faktor utama dalam membangun usaha. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau dan dilengkapi dengan fasilitas pendukung seperti tempat parkir yang luas dapat menarik lebih banyak pelanggan, namun di Bukittinggi, beberapa toko roti menghadapi tantangan dalam hal lokasi, terutama yang berada di area dengan tingkat persaingan tinggi atau di lokasi yang kurang strategis. Lokasi Toko Elna Cake & Bakery yang berada di pusat kota Bukittinggi memunculkan pertanyaan tentang efektivitas strategi lokasi dalam menarik pelanggan meskipun berada di lokasi yang cukup strategis, persaingan yang ketat dengan toko-toko roti lain di sekitarnya menciptakan tantangan tersendiri dalam menarik dan mempertahankan pelanggan.

Harga merupakan faktor lain yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Mardikaningsih et al. (2022), menekankan bahwa harga bukan sekadar angka, melainkan penentu bagi calon pembeli untuk memutuskan pembelian produk. Harga roti di Kota Bukittinggi bervariasi mulai dari Rp.7.000 hingga Rp.150.000 tergantung jenis roti yang dijual. Fluktuasi harga bahan baku dan persaingan harga antar toko roti menciptakan dinamika yang kompleks dalam penentuan harga, yang pada gilirannya memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dari segi harga, Elna Cake & Bakey, seperti halnya toko roti lain di Bukittinggi, menghadapi tantangan dalam menetapkan harga yang kompetitif namun tetap menguntungkan. Fluktuasi harga bahan baku dan persaingan harga dengan kompetitor menjadi faktor yang perlu dipertimbangkan dalam strategi penetapan harga.

Kualitas pelayanan juga memiliki dampak signifikan terhadap keputusan pembelian, sebagaimana diungkapkan oleh Firmansyah & Setiyarini (2021) dalam industri roti di Bukittinggi, kualitas pelayanan dapat menjadi faktor pembeda yang signifikan antara satu bisnis roti dengan yang lainnya. Namun, observasi awal menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di beberapa toko roti di kota ini masih bervariasi dan belum konsisten, yang dapat memengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan di Elna Cake & Bakery juga menjadi aspek yang menarik untuk diteliti, meskipun telah memiliki pengalaman yang cukup lama dalam industri ini, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal kecepatan pelayanan, keramahan staf dan responsivitas terhadap kebutuhan pelanggan. Berdasarkan fenomena dan gap penelitian yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, lokasi, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Elna Cake & Bakery Bukittinggi. Pemilihan variabel-variabel ini didasarkan pada relevansinya dengan kondisi aktual yang dihadapi oleh Toko Elna Cake & Bakery dan industri roti di Bukittinggi secara umum.

Menyikapi situasi industri roti di Bukittinggi, Elna Cake & Bakery muncul sebagai salah satu pemain utama yang menarik untuk diteliti. Toko ini telah beroperasi dari tahun 2008 hingga saat ini dan memiliki basis pelanggan yang cukup besar namun, seperti usaha roti lainnya di kota ini, Elna Cake & Bakery juga menghadapi tantangan dalam mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat.

Berdasarkan uraian yang telah dikemukan diatas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kualitas produk, lokasi, harga dan pelayanan baik secara parsial ataupun simultan terhadap keputusan pembelian di toko roti Elna Cake & Bakery Bukittinggi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret hingga Mei 2024 di Kecamatan Guguak Panjang, Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, dengan pendekatan kuantitatif. Data yang digunakan terdiri dari data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen Elna Cake & Bakery Bukittinggi, sementara data sekunder bersumber dari literatur terkait seperti laporan statistik dan profil wilayah. Mengingat jumlah populasi tidak diketahui, teknik non-probability sampling dengan metode accidental sampling diterapkan dalam penelitian ini, dengan sampel sebanyak 100 responden, dihitung menggunakan rumus Lemeshow.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara menggunakan kuesioner tertutup dengan skala Likert, serta dokumentasi yang mendukung penelitian. Kuesioner yang digunakan mengukur empat variabel utama, yaitu kualitas produk, lokasi, harga, dan pelayanan, yang dianalisis terhadap keputusan pembelian konsumen. Analisis data dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS versi 25 melalui metode regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Uji asumsi klasik, seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas, juga dilakukan untuk memastikan kesesuaian model regresi. Uji validitas dilakukan melalui analisis korelasi item, sedangkan uji reliabilitas menggunakan nilai Cronbach Alpha, di mana nilai di atas 0,60 menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan reliabel.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada toko roti Elna Cake & Bakery di Bukittinggi, Provinsi Sumatera Barat. Bukittinggi adalah salah satu dari 7 kota yang berada di Sumatera Barat. Luas daerah Kota Bukittinggi lebih kurang 25,239 Km^2 , luas tersebut merupakan 0,06 persen dari luas Provinsi Sumatera Barat, yang terdiri dari 3 kecamatan dan 24 kelurahan. Kondisi alam Kota Bukittinggi yaitu berupa perbukitan dengan lapisan tuff dari lereng gunung Marapi sehingga tanahnya subur, namun demikian luas daerah yang dimanfaatkan untuk pertanian sedikit sekali. Hal ini disebabkan karena sebagian besar digunakan untuk pemukiman penduduk, hotel dan

pasar. Lokasi pasar terluas terdapat di Kecamatan Guguak Panjang yaitu Pasar Simpang Aur Kuning, Pasar Atas dan Pasar Bawah, sehingga Bukittinggi diberi julukan sebagai kota perdagangan (BPS Bukittinggi, 2023), selain itu Bukittinggi juga diberi julukan sebagai kota pariwisata.

Berdasarkan data pada Tabel 1.1 jenis kelamin responden roti Elna Cake & Bakery di Bukittinggi dapat dilihat bahwa jumlah responden laki-laki sebanyak 21 orang dengan persentase 21%, dan dengan jumlah responden perempuan sebanyak 79 orang dengan persentase 79%.

Tabel 1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	21	21
2	Perempuan	79	79
	Total	**100**	**100**

Berdasarkan hasil data penelitian dilapangan, data umur responden toko roti elna Cake & Bakery di Bukittinggi pada Tabel 1.2 bahwa terdapat empat jenis kelas umur antara umur 17-25 tahun sebanyak 11 orang dengan persentase 11%, umur 26-35 tahun sebanyak 39 orang dengan persentase 39%, umur 36-45 tahun sebanyak 26 orang dengan persentase 26% dan umur 46-55 tahun sebanyak 24 orang dengan persentase 24%.

Tabel 1.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Umur

No	Umur (tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	17 - 25	11	11
2	26 -35	39	39
3	36 - 45	26	26
4	46 - 55	24	24
	Total	**100**	**100**

Berdasarkan data hasil dari lapangan menunjukkan konsumen toko roti Elna Cake & Bakery di Bukittinggi dapat dilihat pada Tabel 1.3 bahwa dengan pendidikan terakhir SMA sebanyak 27 orang dengan persentase 27%, pendidikan terakhir D2-D3 sebanyak 12 orang dengan persentase 12%, pendidikan terakhir S1-S2 sebanyak 61 orang dengan persentase 61%.

Tabel 1.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan

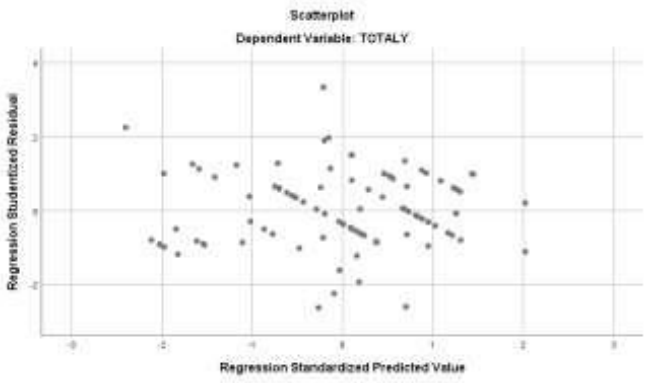
No	PendidikanTerakhir	Jumlah Orang	Perentase (%)
1	SMA/SMK	27	27
2	D2-D3	12	12
3	S1-S2	61	61
	TOTAL	**100**	**100**

Data yang digunakan untuk uji asumsi klasik adalah data yang didapatkan dari penyebaran kuesioner kepada 100 responden. Teknik pengujian yang dilakukan dalam asumsi klasik pada penelitian ini ada 3, yaitu uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menggunakan uji *one-sample kolmogorov-smirnov test*. Hasil dari ujinya dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 1.4 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters	*Mean*	.0000000
	Std. Deviation	1.52701466
Most Extreme Differences	*Absolute*	.075
	Positive	.075
	Negative	-.074
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.189[c]

Berdasarkan tabel diatas bahwa nilai kolmogorov > 0,05 menyatakan data yang diuji berdistribusi normal, dan dapat disimpulkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas. Selanjutnya, uji heteroskedastisitas yang dilakukan menggunakan uji s*catterplot*. Hasil dari pengujian dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1 *Scatterplot*

Berdasarkan gambar di atas dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan titik-titiknya menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka dapat diketahui bahwa hasil model regresi dari pengolahan data tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Tabel 1.5 Hasil Uji Multikolinearitas

No	Variabel	*Collinearity Statistics*	
		Tolerance	*VIF*
1	Kualitas Produk	0,580	1.725
2	Lokasi	0,488	2.051
3	Harga	0,759	1.318
4	Pelayanan	0,629	1.589

Dapat dilihat pada tabel 4.14 di atas merupakan hasil uji multikolinearitas yang menunjukkan bahwa nilai *tolerance* dari setiap variabel > 0,1 dan nilai VIF <10 yang berarti tidak terjadi korelasi antar variabel independen. Maka variabel independent yang digunakan tidak mengalami gejala multikolinearitas.

Hasil uji menggunakan analisis regresi linear berganda mendapatkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = -0{,}245 + 0{,}291\ X_1 + 0{,}096\ X_2 + 0{,}187\ X_3 + 0{,}447\ X_4 + e$$

Berdasarkan persamaan di atas menunjukkan bahwa variabel independen yaitu kualitas produk X_1 dengan nilai koefisien 0,291, lokasi X_2 dengan nilai koefisien 0,096, harga X_3 dengan nilai koefisien 0,187, dan kualitas pelayanan X_4 dengan nilai koefisien 0,447 searah dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian Y.

Uji statistik dilakukan untuk pengujian hipotesis yang telah ditetapkan dalam penelitian, yang diuji dalam penelitian ini terdiri dari 3 koefisien yaitu koefisien determinan (R_2), uji F (uji simultan) dan uji t (parsial). Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel dibawah ini dengan empat jenis variabel bebas dalam penelitian ini diantaranya kualitas produk (X_1), lokasi (X_2), harga (X_3) dan kualitas pelayanan (X_4) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah keputusan pembelian (Y). Hasil uji statistik pada koefisien determinasi (R_2) dapat dilihat pada tabel yaitu 0,802, yang artinya $R_2 > 0$ dan < 1. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel bebas yang digunakan terhadap variabel terikat sebesar 80,2 % dan sisanya 19,8 dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian. Berdasarkan Purwiasih *et al.* (2022) menyatakan bahwa terdapat pengaruh inovasi produk, gaya hidup, citra merek terhadap keputusan pembelian.

Tabel 1.6 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.802	.643	628	1.559

Berdasarkan hasil uji F pada menunjukkan bahwa nilai F hitung > F tabel yaitu 42.799 > 2,700 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 < 0,05, artinya $H0_1$ ditolak dan $H1_1$ di terima.

Tabel 1.7 Hasil Uji Simultan

Model		Sum Of Square	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	415.994	4	103.999	42.799	.000
	Residual	230.846	95	2.430		
	Total	646.840	99			

Uji signifikansi parsial (Uji t) bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas produk, lokasi, harga dan pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian roti Elna *Cake & Bakery* di Bukittinggi. Hasil uji t (parsial) dapat dilihat pada tabel di bawah:

Tabel 1.8 Hasil Uji T

No	Variabel	T-hitung	Signifikan
1	Kualitas Produk	3,827	0,000
2	Lokasi	0.943	0,348
3	Harga	2.302	0,023
4	Pelayanan	5,895	0,000
5	T-Tabel	1,985	

Hasil analisis uji t atau t_{hitung} dapat dilihat pada tabel 4.18 dan yang di dapat berdasarkan rumus t-Tabel = t ($\alpha/2$: n-k-1) = t (0,05/2) ; (100-4-1) = t (0,025/95), maka t-tabel adalah 1,985.

Pembahasan

Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada variabel kualitas produk dengan nilai t hitung sebesar 3.827 > 1,985, dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini dapat diketahui bahwa variable kualitas produk secara parsial berpengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian pada roti Elna *Cke & Bakery* di Bukittinggi. Hasil temuan ini mendukung temuan penelitian sebelumnya yang menemukan bukti bahwa kualitas produk memengaruhi keputusan pembelian. Hal ini di dukung oleh penelitian Fadhil & Prastyono (2022), kualitas produk memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian produk. Jika kualitas dari produk itu baik, maka keputusan pembelian konsumen akan semakin tinggi juga. Sebagaimana hasil tanggapan responden atas variabel kualitas produk

diperoleh nilai indeks persentase paling tinggi yaitu 82,6% dangan indikator pernyataan yaitu produk roti di Bukittinggi memiliki varian rasa yang beragam sesuai dengan kebutuhan saya.

Kualitas produk memiliki hubungan yang erat dengan keputusan pembelian. Produk dengan kualitas tinggi cenderung memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen, karena dapat meningkatkan kepuasan mereka. Kepuasan konsumen yang tinggi tidak hanya memberikan pengalaman positif tetapi juga mendorong loyalitas dan rekomendasi kepada orang lain, sehingga konsumen yang puas lebih mungkin untuk membuat keputusan pembelian ulang dan memilih produk tersebut di masa depan. Dengan demikian, peningkatan kualitas produk secara langsung berkontribusi pada peningkatan kepuasan konsumen dan keputusan pembelian yang positif.

Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada variabel lokasi dengan nilai t hitung sebesar 0,943 < 1,985 dengan nilai signifikansi 0,348 > 0,05. Hasil ini menyatakan bahwa variabel X2 tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Hasil penelitian ini sejalan dengan (Wongso, 2020) yang menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel lokasi dengan keputusan pembelian, meskipun variabel lokasi memiliki penilaian yang baik dari responden ternyata setelah dilakukan pengujian secara parsial variabel penelitian ini tidak berpengaruh secara signifikan karena beberapa situasi tertentu.

Lokasi tidak memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian dikarenakan lokasi dari toko roti Elna *Cake & Bakery* berada di daerah yang mudah dijangkau oleh masyarakat Kota Bukittinggi. Selain itu, yang menyebabkan lokasi tidak berpengaruh adalah terjadi pergeseran dari gaya hidup masyarakat dalam memutuskan pembelian diantaranya menggunakan jasa layanan pesan antar makanan pada aplikasi ojek *online* seperti *go-food, grabfood, maxim food, shopee food* dan sebagainya. Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian (Larosa, 2018) yang menyatakan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dengan demikian, lokasi yang dekat dan mudah dijangkau tidak memberi jaminan konsumen antusias untuk memutuskan membeli roti pada toko roti Elna *Cake & Bakery* yang ada di Kota Bukittinggi karena telah banyak alat bantu yang memudahkan konsumen untuk membeli produk atau roti tersebut tanpa harus dating langsung ke lokasi toko.

Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada variabel harga dengan nilai t hitung sebesar 2.302 > 1,985 dengan nilai signifikansi 0,023 < 0,05 di mana harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Harga yang kompetitif dan sesuai dengan nilai yang dirasakan oleh konsumen dapat mendorong konsumen untuk memilih suatu produk dibandingkan dengan alternatif lain. Ketika harga produk wajar dan sebanding dengan kualitas atau manfaat yang ditawarkan, konsumen lebih cenderung untuk melakukan pembelian, selain itu strategi penetapan harga seperti diskon, penawaran khusus dan program loyalitas dapat menarik perhatian konsumen dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian segera. Oleh karena itu, penetapan harga yang efektif tidak hanya membantu dalam menarik konsumen tetapi juga memainkan peran kunci dalam memengaruhi keputusan akhir mereka untuk membeli produk tersebut.

Sebagaimana hasil tanggapan responden atas variabel harga diperoleh nilai indeks persentase paling tinggi yaitu 86% dangan indikator pernyataan yaitu harga produk roti Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi bervariasi sesuai dengan manfaat. Konsumen merasa harga produk atau layanan bervariasi sesuai dengan fitur, manfaat, atau nilai tambah yang ditawarkan dibandingkan dengan produk atau layanan serupa di pasar. Hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti di lapangan menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Harga yang ditetapkan sesuai dan kualitas produk yang baik, membuat calon konsumen roti dapat dengan mudah dan cepat untuk memutuskan pembeliannya. Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sitepu *et al.* (2022) yang menyatakan bahwa harga adalah unsur dari bauran yang merupakan salah satu faktor penentu dalam pembelian produk atau jasa. Harga berperan penting dalam menentukan pilihan atas suatu produk, sebab pembeli selalu berupaya mencari informasi dan membandingkan harga yang ditetapkan antara usaha.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian

Hasil uji t pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai t hitung sebesar 5.895 > dari t tabel sebesar 1,985. dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada toko roti Elna *Cake & Bakery* di Bukittinggi, dimana sejumlah konsumen memiliki pengalaman yang positif, karena dengan pembentukan sikap karyawan yang baik, ramah dan memprioritaskan pelanggannya dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, ini sejalan dengan penelitian

yang dilakukan (Wardani, 2020), terdapat ikatan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian yang menunjukkan bahwa apabila kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan untuk calon pembeli dengan bersikap sopan, ramah serta *humble* pada saat konsumen melakukan pembelian maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan sehingga hal ini dapat meningkatkan jumlah pembelian produk roti yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan yang baik memiliki dampak positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Ketika pelanggan merasa dilayani dengan baik, termasuk respon yang cepat, komunikasi yang jelas dan tingkat kehandalan yang tinggi, mereka cenderung merasa lebih puas dan dipercaya oleh merek atau perusahaan. Ini tidak hanya meningkatkan pengalaman belanja mereka tetapi juga dapat membangun hubungan yang lebih erat dengan merek. Pelanggan yang puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan lebih mungkin untuk kembali membeli produk atau layanan di masa depan dan bahkan merekomendasikan kepada orang lain.

Hasil pengamatan di lapangan ditemukan banyaknya responden yang sangat senang dengan kualitas produk yang diberikan, harga yang sesuai dengan kualitas yang diberikan dan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dan juga karyawan memiliki kegesitan atau cepat tanggap dalam melayani kebutuhan konsumen karyawan yang juga memberikan pelayanan prima dengan memberikan perhatian penuh pada konsumen sehingga bisa membuat orang percaya terhadap produk. Sebagaimana hasil tanggapan responden atas variabel pelayanan diperoleh nilai indeks persentase paling tinggi yaitu 82,6% dangan indikator pernyataan yaitu fasilitas fisik toko yang lengkap dapat meningkatkan pelayanan pada roti Elna *Cake & Bakery* Bukittinggi. Hal ini sejalan dengan penelitian Riandini (2022), yang mendukung dan menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas pelayanan yang baik di mana respon yang cepat, komunikasi yang jelas dan fasilitas yang lengkap untuk mendorong konsumen untuk membeli kembali.

Berdasarkan hasil uji di atas, ini bisa diartikan bahwa seseorang dalam membuat keputusan untuk membeli sesuatu itu akan memperhatikan kualitas produk, harga dan pelayanan dari pedagang atau penjual yang membuat calon konsumen yakin terhadap keputusan pembelian yang dilakukannya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas produk, lokasi, harga, dan pelayanan terhadap keputusan pembelian di Elna Cake & Bakery Bukittinggi, ditemukan bahwa keempat variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara individual, kualitas produk, harga, dan pelayanan menunjukkan pengaruh yang signifikan, sedangkan variabel lokasi tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Temuan ini menunjukkan bahwa konsumen Elna Cake & Bakery lebih mempertimbangkan kualitas produk, harga, dan pelayanan dalam membuat keputusan pembelian mereka dibandingkan dengan faktor lokasi. Meskipun demikian, disarankan bagi pihak manajemen untuk tetap mempertimbangkan aspek lokasi dengan cermat saat merencanakan pembukaan cabang baru. Untuk penelitian selanjutnya, direkomendasikan untuk menambahkan variabel-variabel lain yang berpotensi mempengaruhi keputusan pembelian, mengingat masih banyak faktor lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Alfisyah, T.E. 2023. Pengaruh Promosi, Persepsi Harga, Dan Label Halal Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Toko Roti Nafisah Bakery & Cake Banda Aceh). Skripsi. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry: Banda Aceh.

Amanullah, N. P. Mulyati, D. J. dan Maruta, IGN. A (2021). *Analisis Komparasi Lokasi, Kualitas, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Sentra PKL Bratang Binangun Surabaya dan Sentra PKL Bungkul Surabaya)*. Doctoral dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Andriyanto, Altje L.Tumbel, F. R. (2021) *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Pada pada PT.Nusantara Surya Sakti Motor Pada Masa Pandemi Covid-19 di Kota Komobagu*. 9(3), 1674-1684. Aria, M., A. D. Anjarini dan Harnoto. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Tempo Cabang Tegal. *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah* (3) 1.

Arianto, N., Muhammad, J. 2018. Pengaruh Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung pada Hotel Dharmawangsa. Jurnal Semarak. Universitas Pamulang. Banten.

Arianty, N., Andira, A. 2021. Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Lazada Terhadap Keputusan Pembelian. Jurnal Ilmiah Magister Manajemen.

Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Arikunto, Suharsimi. 2009. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.

Asosiasi Pengusaha Roti Indonesia. (2023). Laporan Pasar Roti Indonesia 2023. https://www.apri-indonesia.org.

Badan Pusat Statistik. 2023. *Statistik Daerah Kota Bukittinggi* 2023. Bukittinggi: Badan Pusat Statistik Bukittinggi.

BPS. 2023. Rata-Rata Konsumsi Per Kapita Makanan dan Minuman Jadi Tahun 2019-2023. Jakarta: Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.

Budiastuti, D., dan Bandur, A. 2018. Validitas dan Reliabilitas Penelitian. DKI Jakarta: Mitra Wacana Media

Fadhil, Muhammad Naufal, dan Hery Pudjo Prastyono, 'Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada New Holland Donuts Tuban', *NUSANTARA : Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 9.3 (2022), 557-62 <http:jurnal.umtapsel. ac.id/index.php/nusantara/article/view/4171>

Fadli, R. 2022. Manajemen Sumber Daya Manusia di Dalam Perusahaan. Pascal Books. Tanggerang Selatan.

Fadmawati, Putri Mawar, 2014. Analisis Pengaruh Harga, Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minimarket Andina. Volume 1, Nomor 1, Tahun 2014.

Firmansyah, S., & Setiyarini, T. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Material Bangunan UD. Jaya Abdi Di Sampang. *Jurnal Kajian Ilmu Manajemen (JKIM). 1(2).* https://doi.org/10.21107/jkim.v1i2.11592

Garg, S., M.K. Agarwal, & A. Jain. (2022). "Consumer Behavior Towards Whole Grain Bakery Products: A Study Based on Health and Nutritional Aspects." *Food Quality and Preference*, 95, 104358. doi:10.1016/j.foodqual.2022.104358

Ghozali, I. 2018. Aplikasi Multivariate dengan Program LBM SPSS Universitas Diponegoro. Semarang.

Hariyanto. (2021). Pengaruh Potongan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Pelanggan Bisnis Online. *Penelitian Manajemen Terapan, 6*(1), 1-14.

Indrasari, M. (2020). *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press.

Isnabela, Elly, M. I., & Vidiyastutik, E. D. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Violet Bakery Probolinggo. *Journal Management, Accounting, and Digital Business*, *1*(4), 461−470.

Jenny, Dkk, 2015. Pengaruh Kualitas produk, harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian di *Powernoise Store*, Volume 14, Nomor 5, Juni 2015.

Kotler, P., & Amstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Jakarta: Salemba Empat.

Kotler, P., & Keller, K,L. 2016. *A Framework For Marketing Management Sixth Edition, Global Edition. England*.

Larosa, Septhani Rebeka, 'Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Warung-Warung Makan Di Sekitar Simpang Lima Semarang)', Skripsi, 2018, 1-65.

Lestari, Y. Dina Lusianti1, Etni Marlina, and 1 fakultas, '*Word Of Mouth* Dan Cita Rasa : Sebuah Pendekatan Planned Behavior Pada Keputusan Pembelian', *BULLET: Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2.3 (2023), 614-23.

Maharani, A., & Saputra, F. (2021). *Relationship of Investment Motivation , Investment Knowledge and Minimum Capital to Investment Interest. Journal of Law Politic and Humanities*, 2(1), 23-32.

Mardikaningsih, R., E. I. Azizah, N. N. Putri, M. N. Alfan, M. M. D. H. Rudiansyah. 2022. *Business Survival: Competence of Micro, Small and Medium Enterprises, Journal of Social Science Studies*, 2(1), 1- 4.

Montung , P ., Sepang, J., & Adare, D. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Restoran Kawan Baru. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 680.

Pandia, R. M., Kadunci., dan Hutagalung, D. D. C. 2017. Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Produk Air Mineral Aqua. Epigram. 14(1): 67-76.

Parameswari, R., Silaswara, D., & Andy, A. (2021). *Swot Analysis Of Small And Medium Micro Business Development In Jatiuwung District*, Tanggerang City. *Primanomics*: *Jurnal Ekonomi & Bisnis*, 19(2), 92-101.

Phienenda, Y., Susilo, E., dan Andreani, F. 2018. Analisa Harapan dan Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Makanan In-Flight Meal Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Jurnal Hospitality dan Manajemen Jasa.

Pramika, D. 2021. Statistik Penelitian. Penerbit Bening Media Publishing. Palembang, Sumatera Selatan.

Priyatno, D. 2010. Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS. MediaKom. Yogyakarta.

Priyatno, D. 2012. Belajar Cepat Olah Data Statistik Dengan SPSS. Andi. Yogyakarta.

Purwiasih, Intan, Mursid, Ali, P.H.D. 2022. Pengaruh Gaya Hidup, Inovasi Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kopi Di "Teman Cerita Coffee And Space" Kabupaten Pekalongan. Skripsi. Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bank BPD Jateng: Semarang.

Rahayu, E. (2018). Dampak Area, Item Lengkap, Dan Administrasi Terhadap Pilihan Pembeli Pada Reach Utama Pasar. Dampak Area, Item Lengkap, Dan Administrasi Terhadap Pilihan Pembelian Pelanggan Pada Reach Market Fundamental, 9.

Rara B.', Isak Pasulu, and Dwibin Kannapadang, 'Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee', *Jurnal Ekonomi Bisnis Dan Akuntansi*, 3.3 (2023), 90–102 https://doi.org/10.55606/jebaku.v3i3.2854

Rasyid, G. A., & Indah, A. T. (2018). Pengaruh Inovasi Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha di Kota Tanggerang Selatan. *Perspektif*, 39-49.

Rasyidi, M. N. (2019). Jurnal Bisnis Dan Pembangunan, Edisi Januari-Juni 2019 Pengaruh Kualitas Produk , Harga , Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kualitas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening Di Rumah Makan "Andina" Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Provi. 8(1).

Ratnasari, Aprilia Dewi, and Harti, 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Djawi Lanbistro Coffee and Resto Surabaya', *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 4 (2016), 1-11 http://repository.upy.ac.id/id/eprint/238

Riandini, Nurul dwi, 'Toko Roti Aroma Kisaran',2022

Riyanto, S., dan A. A. Hatmawan. 2020. Metode Riset Penelitian Kuantitatif penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen. Yogyakarta. Penerbit Depublish.

Sa'adah, L. 2021 Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Penerbit LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah. Jombang, Jawa Barat.

Sabella, F., & Parameswari, R. (2022). Pengaruh Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Esteh Indonesia. *Ekonomi dan Manajemen Bisnis*, 1(https://jurnal.buddhidharma.ac.id/index.php/emabi/issue/view/72).

Salehawati, N. (2019). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Makanan Dari Jamur Tiram Di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Paradigma Agribisnis*, 2(1), 12-21.

Santoso, S. 2018. Menguasai Statistik dengan SPSS 25. Penerbit Elex Media Kamputindo. Jakarta.

Sardanto, R., & Ratnanto, S. (2016). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap

Keputusan Pembelian Pada Angkringan Kota Kediri. Jurnal Benefit. 3(1): 31-44.

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, *2*(1), 24–37. https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775.

Siagian, D., & Sugiarto. 2000. Metode Statistika Untuk Bisnis dan Ekonomi. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.

Siregar, A. P. (2020). Analisis strategi bersaing toko Roti X berdasarkan iematriks. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 16(1): 1-21.

Sisca, M. Simanjuntak, A. Sudarso, E. Grace, S. H. Sahir, D. M. B. Putri. Rosdiana, C. P. Ningtyas, Hsyim, dan Y. E. Muliatie. 2021. *Pemasaran: Dasar dan Konsep.* Yayasan Kita Menulis, Medan.

Sitepu, Dona Laurika Br, Hayanuddin Safri, dan Raja Saul Marto Hendry, 'Pengaruh Kualitas Makanan, Citra Merek, Lokasi Usaha Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Pada Toko Roti Citra Hasanah Bakery Rantuprapat', Jurnal Manajemen Akuntansi (Jumsi, 2.1 (2022), 84-96.

Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. Alfabeta. Bandung. Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, dan Kualitatif. CV. Alvabeta. Bandung.

Supriadi. 2018. Konsep Harga Dalam Ekonomi Islam. Guepedia. Jakarta.

Susanti, N., Halin, H., & Kurniawan, M. (2017). Pengaruh bauran pemasaran (4P) terhadap keputusan pembelian. Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini, 8(1), 43–49.

Susanti, F., & Gunawan, A. C. (2018). Pengaruh Bauran Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Maybelline Di Kota Padang. *INA-Rxiv Papaers*, 1-9.

Susilowati, F. 2022. Pengujian Statistik Dengan SPSS. Penerbit Pustaka Rumah Cinta. Magelang, Jawa Tengah.

Sutedja, W. (2015). Panduan Layanan Konsumen.

Tjiptono, Fandy. 2014. Pemasaran Jasa. Yogyakarta: Banyumedia.

Tjiptono, Fandy. 2015. Strategi Pemasaran. Edisi 4. Andi. Yogyakarta.

Usman, 2017. *Pengaruh Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Multy Kharisma Palembang. Volume* 14, *Nomor* 3, Oktober 2017.

Valery, 2023. Pengertian Roti Serta Klasifikasinya. Kompasiana. http://www.kompasiana.com/dialvallerymaatita3488/64d0cb8b08a8b5044022a7e3/pengertian-roti-serta-klasifikasinya. Diakses Pada Tanggal 23 Juni 2024.

Wardani, Yuliana Kusuma, 'Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Cita Rasa, Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan' , *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 7.2 (2020), 809–20

Wilangitan, 2015. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Astra Internasional Daihatsu Manado. Volume 3, Nomor 1, Maret 2015.

Wohon, S. C., Hatidja, D., dan Nainggolan, N. (2017). Penentuan Model Regresi Terbaik Dengan Menggunakan Metode Stepwise (Studi Kasus : Impor Beras Di Sulawesi Utara)

Determining the Best Regression Model Using Stepwise Method (Case Study : *Rice Imports in North* Sulawesi). Jurnal Ilmiah Sains.Sulawesi.

Wongso, Muhammad Yusuf Slamet Bin, 'Burger King Di Plaza Surabaya Muhammad Yusuf Slamet Bin Wongso Pontjo Bambang Mahargiono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (Stiesa) Surabaya', *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 9.7 (2020)

Yafie, A. S., Surhayono, & Abdillah, Y. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Pelanggan Food and *Berverage* 8 Oz Coffee Studio Malang). Jurnal Administrasi Bisnis, 13.

Yanto, T. (2017). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *Artikel Skripsi*, I.

Yuliani, M. P dan Suarmanayasa, I. N. 2021. Pengaruh Harga dan Online Customer Review Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Marketplace Tokopedia. Jurnal Manajemen dan Bisnis. 3(2): 146-154.

Yusriana, Erfiza, N. M., Jainuddin, & Nilda, C. 2017. Preferensi Konsumen Terhadap Produk Kue Bhoi Khas Aceh Di Kota Banda Aceh. Jurnal Teknologi Dan Industri Pertanian Indonesia. 09(02) : 76-81.

Yusup, F. 2018. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, 17-23.

Zed, M. (2023). *Metode Penelitian Kepustakaan*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.

ISSN 3025-4450