

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN MEREK TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN BUSANA MUSLIM DI TOKO “SALWA INDAH”  
BATAM**

**Indah Muharani<sup>1</sup>, Nasruji<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Mahasiswa Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo  
Kota Batam, Kepulauan Riau  
[email.muharaniindah7@gmail.com](mailto:email.muharaniindah7@gmail.com)

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo  
Taman Batu Aji Indah II block ab/19 Kecamatan Sagulung  
Kota Batam, Kepulauan Riau  
[email.nasrujisaifulhaq@yahoo.co.id](mailto:email.nasrujisaifulhaq@yahoo.co.id)

**ABSTRACT**

*The purpose of this study was to determine the effect of product quality, price and brand on consumer satisfaction. The type of research used is the descriptive analysis method, which provides an overview of each variable about the object of research being studied and draws conclusions. The population in this study is Muslim clothing buyer at “Salwa Indah” stores Batam. The method used for sampling is purposive sampling technique so that the sample that can be taken from this study is 100 buyers. Based on the results of research data processing, it shows that there is an influence of product quality, price and brand on consumer satisfaction in Muslim clothing at” Salwa Indah “stores, Batam. Based on Product Quality research effect on customer satisfaction with t count 1, 236 sig 0, 219, Price has no effect on customer satisfaction 0,182 sig 0,856, brand has no effect on customer satisfaction 0,142 sig 0,88. Simultaneously it has a significant effect with a calculated f value of 1,650 sig 0,183. The results of the R suquer value  $(R^2) = 0,49$ , the R suquer value is derived from the squaring of the coefficient value or the R value, namely  $0,221 \times 0,221 = 0,49$  from these results it can be concluded that the variables of product quality, price and brand simultaneously affect satisfaction consumers by 49% and while the remaining 51% is explained by other variables that are not thorough or included in this study.*

**Keywords: Product quality, Price, Brand, Consumer satisfaction**

**ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk harga dan merek terhadap kepuasan konsumen. Jenis penelitian yang di gunakan adalah metode analisa deskripsi yaitu memberikan gambaran setiap variabel tentang objek penelitian yang sedang diteliti dan tertarik kesimpulannya. Populasi pada penelitian ini pembeli Busana muslim di toko “salwa dan indah” batam. Metode yang digunakan untuk pengambilan sampel yakni dengan teknik purposive sampling dengan sehingga sampel yang dapat di ambil dari penelitian ini berjumlah 100 orang pembeli. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian menunjukkan adanya pengaruh kualitas produk harga dan merek terhadap kepuasan konsumen Busana muslim di toko “salwa indah” Batam. Berdasarkan penelitian Kualitas Produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan t hitung

1,236 sig 0,219, Harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 0,182 sig 0,856, Merek tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen 0,142 sig 0,88. Secara simultan berpengaruh signifikan dengan nilai  $f$  hitung 1,650 sig 0,183. Hasil dari nilai  $R$  suker ( $R^2$ ) = 0,49 nilai  $R$  suker berasal dari pengkuadratan nilai koefisien atau nilai  $R$  yaitu  $0,221 \times 0,221 = 0,49$  dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk, harga dan merek secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 49% dan sisanya sebanyak 51% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak teliti atau dimasukkan pada penelitian ini.

### **Kata: Kualitas produk, Harga, Merek, Kepuasan konsumen**

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia terutama pada dunia bisnis saat ini. Di era sekarang persaingan antar bisnis semakin tinggi, diikuti dengan bertambahnya jumlah kompetitor bisnis dalam menawarkan berbagai produk yang sama. Setelah itu terjadi keragaman dan munculnya persaingan bisnis semakin ketat, maka setiap manfaat yang sangat strategis, di tengah peramaian dan pusat kota batu aji.

Bisnis busana muslim merupakan bagian budaya Indonesia karena dilihat dari segi demografi bahwa menawarkan berbagai produk yang sama. Setelah itu terjadi keragaman dan munculnya persaingan bisnis semakin ketat, maka setiap usaha harus berani dan berkompetitif secara include yang dapat memberikan manfaat yang sangat besar. Indonesia memiliki potensi yang sangat besar, dikarenakan jumlah penduduk mayoritas muslim, disamping itu juga berpeluang bagi pengusaha busana wanita lainnya yang akan diakomodir dalam satu tempat ruko sesuai dengan ketentuan, syariat islam yang ada di Indonesia. Bisnis busana muslim semakin berkembang menyesuaikan perkembangan tersebut model yang menjadikan busana muslim saat ini memiliki model yang beragam serta penggunaan warna dan bahan yang bervariasi mampu menjadikan busana muslim. Biasanya kaum hawa di kota Batam cenderung menggunakan gaun atau gamis dan juga hijab jika berpergian keluar rumah. Pakaian yang digunakan tentunya juga harus sesuai dengan syariat islam yaitu tidak tipis, tidak menerawang dan tidak ketat.

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah maka akan menjadi kesempurnaan pada penulisan penelitian ini difokuskan pada kepuasan konsumen di toko "Salwa Indah" Batam, baik dari kualitas produk, harga dan merek artinya membeli akan mendatangi toko "Salwa Indah" Batam yang memberikan produk dan jasa terbaik kepada pembeli. Hal ini akan dampak terhadap kepuasan konsumen di toko "Salwa Indah" Batam. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan.

Adapun penelitian dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen di toko Salwa dan Indah Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di toko Salwa dan Indah Batam.
3. Untuk mengetahui pengaruh merek terhadap kepuasan konsumen di toko "Salwa Indah" Batam.

4. Untuk mengetahui Kualitas produk , harga dan merek berpengaruh secara simultan kepuasan konsumen di toko “Salwa Indah “Batam.

## Definisi Variabel

### Kualitas Produk

Pengertian Kualitas Produk Menurut Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian, yang diperoleh produk dengan secara keseluruhan.

### Harga

Pengertian Harga Menurut Kosanke (2019) mendefinisikan bahwa harga adalah sejumlah uang yang diminta untuk suatu produk atau suatu jasa. Dari pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa harga merupakan suatu elemen yang menentukan pangsa pasar.

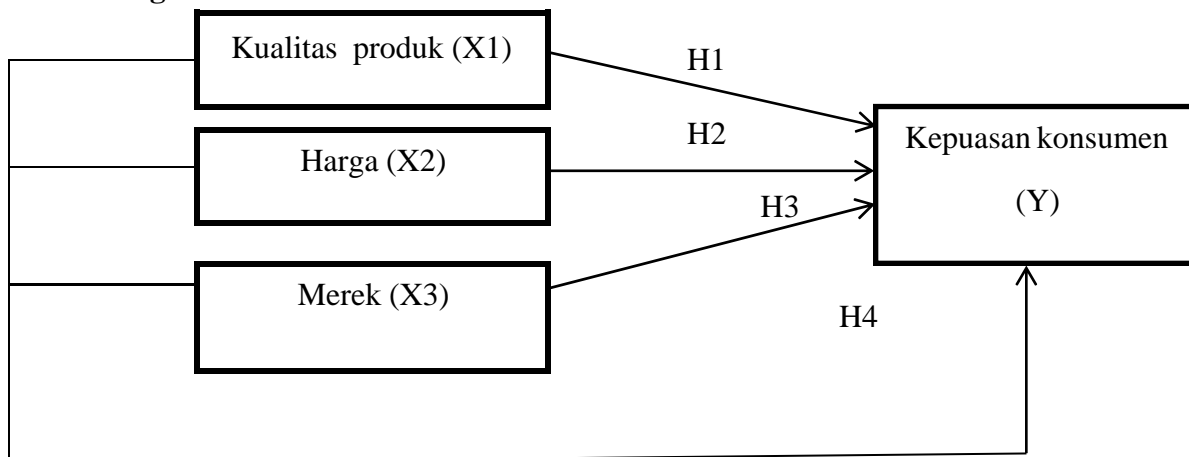
### Merek

Pengertian Merek Menurut Kotler (2009) menyatakan bahwa merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-hurup, angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan dan jasa.

### Kepuasan Konsumen

Pengertian Kepuasan Konsumen Menurut Irwan ( 2015 ) mengatakan, kepuasan konsumen adalah hasil dari akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan pelayanan (jasa).

## Kerangka teori



## Hipotesis

1. Kualitas Produk (X1) Berpengaruh Signifiakan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Ernawati (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Harga (X2) Berpengaruh Signifiakan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kotler (2001) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
3. Merek (X3) Berpengaruh Signifiakan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Philip Kotler (2009) menyatakan bahwa merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4. Kualitas Produk (X1), Harga (X2) Dan Merek (X3) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kotler dan Keller (2016:37) bahwa kualitas produk, harga dan merek berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## METODE PENELITIAN

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah sampling aksidental yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja yang bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampling tanpa memperhatikan serta yang ada didalam populasi tersebut, hal itu dilakukan karena anggota populasi dianggap homogen (Jama Jalius DR., 1990). Penelitian dilakukan konsumen di toko salwa dan indah batam terhadap kepuasan konsumen Skala yang digunakan untuk mengukur kualitas produk, harga dan merek menggunakan skala likert. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukan tingkat ke validitas atau kestabilan suatu instrument. Validitas isi adalah validitas yang akan mengecek kecocokan diantara butir – butir tes yang dapat dibuat dengan indikator, materi, atau tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan (Susetyo 2011 : 89). Analisis Regresi Berganda digunakan untuk meramal suatu variabel dependen (Y) berdasarkan tiga variabel independen dalam suatu persamaan linier. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantara nol dan satu (Imam Ghozali 2011 : 97).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik seperti Jenis Kelamin, Usia, dan Penghasilan Per Bulan.

- Kualitas produk

**Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk**

Poin Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai R tabel	Keterangan
X1.1	0,685	0,1946	Valid
X1.2	0,836		
X1.3	0,833		
X1.4	0,788		
X1.5	0,779		
X1.6	0,835		

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS,2023

- Harga

**Tabel 2 .Uji Validitas Variabel Harga**

Poin Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai R tabel	Keterangan
X2.1	0,857	0,1946	Valid
X2.2	0,895		
X2.3	0,900		

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS,2023

- Merek

**Tabel 3. Uji Validitas Variabel Merek**

Poin Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai R tabel	Keterangan
X3.1	0,909	0,1946	Valid
X3.2	0,884		
X3.3	0,886		

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS,2023

- Kepuasan konsumen

**Tabel 4. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen**

Poin Pertanyaan	Nilai Korelasi	Nilai R tabel	Keterangan
Y1	0,889	0,1946	Valid
Y2	0,862		
Y3	0,869		

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS,2023

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai korelasi seluruh item pertanyaan dari variabel kualitas produk, harga, merek dan kepuasan konsumen lebih besar dari nilai  $r_{\text{tabel}}$  0,1946, dapat disimpulkan bahwa semua variabel dapat dikatakan valid, yang artinya semua pertanyaan telah sesuai dengan semua variabel.

**Tabel 5. Regresi Berganda**

Variabel	Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient
	B	Std. Error	
Constant	7.725	1.166	
Kualitas Produk	0,101	0,82	0,210
Harga	0,34	0,187	0,35
Merek	0,24	0,170	0,24

Sumber : Data Primer, Diolah SPSS, 2023

Dari tabel 5 regresi berganda diatas, dapat dihitung rumus persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 7.725 + 0,101 X_1 + 0,34X_2 + 0,24X_3 +$$

Persamaan diatas dapat disimpulkan seperti berikut :

- Apabila bernilai constant, maka nilai Y akan berubah sendiri dengan nilai constant, yaitu 7.725
- Apabila variabel Kualitas produk lain bernilai constant, maka nilai Y akan berubah sebesar 0, 101 setiap satuan  $X_1$
- Apabila variabel Harga lain bernilai constant, maka nilai Y akan berubah sebesar 0, 34 setiap satuan  $X_2$ .
- Apabila variabel Merek lain bernilai constant, maka nilai Y akan berubahsebesar 0,24 setiap satuan  $X_3$

**Tabel 6. Uji T**

Variabel	T	Sig	T <sub>Tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Produk	1,236	0,219	1,983	Berpengaruh
Harga	0,182	0,856		Tidak berpengaruh
Merek	0,142	0,888		Tidak berpengaruh

Sumber : Data Primer, Diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 6 uji t diatas dapat disimpulkan beberapa hal seperti berikut :

a.Untuk thitung (1,236) > ttabel (1,983) menandakan bahwa ada pengaruh antara variabel kualitas produk terhadap kepuasan konsumen , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 berpengaruh secara parsial terhadap Y atau hipotesis diterima. Monica Maria dan Muhammad Yusak Anshori (2013) Pengaruh Kualitas produk ,dan Kualitas layanan Terhadap Kepuasan konsumen King Cake.

b.Untuk variabel Harga dengan thitung (0,182) < ttabel (1,983) menandakan bahwa tidak berpengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak. Heri ddk (2018) Pengaruh Harga, Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan konsumen di Hotel Amanda Hills

c.Variabel dengan thitung (0,142) < ttabel (1,983) menandakan bahwa tidak berpengaruh antara variabel Merek , sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y atau hipotesis ditolak. Prasetya dan Patrikha (2020) Pengaruh Citra Merek GO-JEK dan Promosi GO-JEK Terhadap Kepuasan konsumen Penggunaan GO-JEK di Surabaya.

**Tabel 7 Uji F**

Variabel	F	Sig	F <sub>Tabel</sub>	Keterangan
Kualitas Produk	1,650	0,183	2,696	Berpengaruh Secara Simultan
Harga				
Merek				

Sumber : Data Primer, Diolah SPSS, 2023

Jika tabel 7 menjelaskan dilihat dari signifikansi nya, nilai sig. < dari 0,05, jadi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Merek (X3) secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sedangkan jika dari nilai Fhitung, terlihat bahwa Fhitung (1,650) > Ftabel (2,696) dimana jika Fhitung > Ftabel, maka hipotesis diterima.

## Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian selanjutnya dapat dijelaskan pembahasan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh hasil hitung variabel X1 dengan thitung (1,236) > ttabel (1,983) dan nilai sig (0, 219) > (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X1 memiliki pengaruh terhadap Y dan hipotesis pertama diterima. Hal ini menguatkan penelitian Stevenson (2010:77) yang melakukan penelitian ditemukan dengan hasil thitung (3.589) > ttabel (1.660) yang berarti ada pengaruh antara variabel terhadap kepuasan konsumen.
2. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh hasil hitung variabel X2 dengan thitung (0,182) > ttabel (1,983), maka dapat dikatakan bahwa tidak berpengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, nilai probabilitas (0, 856 ) > (0,05,) sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X2 tidak berpengaruh terhadap Y dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua (H2) ditolak. Hal ini menguatkan penelitian Kotler dan Keller (2011 :179) yang melakukan penelitian ditemukan dengan hasil thitung (4.353) < ttabel (1.660) yang berarti tidak berpengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh hasil hitung variabel X3 dengan thitung (0,142) > ttabel (1,983) menandakan bahwa tidak berpengaruh antara merek terhadap kepuasan konsumen. Disamping itu, nilai probabilitas (0,888) > (0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X3 tidak berpengaruh terhadap Y dan dapat disimpulkan bahwa hipotesis ketiga (H3) ditolak. Hal ini menguatkan penelitian yang dilakukan Sugiyono (2018:267) hasil penelitian pada uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,145 > 0,05 dan nilai thitung (1,394) < ttabel (2,005) yang berarti tidak berpengaruh antara variabel merek terhadap kepuasan konsumen.
4. Berdasarkan hasil uji F menunjukkan bahwa Fhitung (1,650) > Ftabel (2,696) dengan nilai sig. < dari (0,183) > (0,05 ) , Sedangkan hasil analisis koefisien determinasi dengan nilai R Square (R2) adalah. 0,49 Maka dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Merek (X3) secara

simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) pada diSalwa dan Indah di kota Batam. Berdasarkan terukur membantu konsumen, dapat memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.



## KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada di toko Salwa dan Indah, hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} (1,236) < T_{tabel} (1,983)$  , dan nilai signifikannya  $(0,219) > \text{dari sig } (0,05)$ .
2. Harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada di toko Salwa dan Indah, , hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} (0,182) < T_{tabel} (1,983)$ , dan nilai signifikannya  $(0,856) > \text{dari sig } (0,05)$  .
3. Merek tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada di toko Salwa dan Indah, , hal ini dibuktikan dengan nilai  $T_{hitung} (0,142) < T_{tabel} (1,983)$ , dan nilai signifikannya  $(0,888) > \text{dari sig } (0,05)$  .
4. Kualitas Produk , Harga, Merek berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen , dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $1,650 > 2,696$  dan tingkat signifikan  $(0,183) > (0,05)$  ) serta secara simultan berpengaruh sebesar 49% sedangkan sisanya 51%, dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis .

## Saran

Dari hasil pembahasan ditemukan keterjangkauan merupakan faktor yang dominan dari lokasi hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak toko agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi toko apabila pada suatu saat ingin berpindah toko atau memperluas usahanya dengan mendirikan toko baru:

### 1. Bagi perusahaan

Berdasarkan hasil penelitian terdapat variabel kualitas produk , harga dan merek yang tidak berpengaruh secara signifikan, sehingga perlu diperhatikan dan diperbaiki seperti memberikan informasi harga sesuai, melakukan perbaikan penunjuk lokasi yang dapat mempermudah konsumen menemukan lokasi, memberikan motivasi serta pelatihan kepada karyawan untuk meningkat kualitas produk sehingga konsumen akan puas jika berbelanja .

2. Bagi Peneliti Selanjutnya Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Pada penelitian selanjutnya hendak menambah variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada bapak Dr. NASRUJI, M.M selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan yang saya dalam penelitian ini. Terimakasih kepada bapak Riki, ST., M.M selaku koordinator Prodi Akuntansi dan Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, Sahabat dan telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga penelitian ini membawa manfaat bagi pengembang ilmu.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019) Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179. <https://doi.org/10.25077/jmu.8.1.179-188.2019>
- Arrias, J. C., Alvarado, D., & Calderón, M. (2019) *Karakteristik Dimensi Kualitas Jasa*. 1, 5–10.
- Arumsari. (2017) Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada. *Jurnal Keuangan & Bisnis*, 2(March 2010), 71–87.
- Assauri, S. (2007 : 5) Pengertian Pemasaran. *Jurnal Ekonomi & Manajemen Indonesia*, 8(3). <https://doi.org/10.53640/jemi.v8i3.99>
- Azizah. (2021) Model terbaik uji multikolinearitas untuk analisis faktor-faktor yang mempengaruhi produksi padi di Kabupaten Blora tahun 2020. *Prosiding Seminar Nasional UNIMUS*, 4, 61–69. [https://scholar.google.com/scholar?as\\_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as\\_sdt=0,5](https://scholar.google.com/scholar?as_ylo=2021&q=uji+autokorelasi+adalah&hl=id&as_sdt=0,5)
- De Yong, Indra, Darma, G. S. (2020) Indikator Penentu Naik Turunya Harga saham pada perusahaan high Tahun 2014-2019 Indra. *Syntax Literate : Jurnal Ilmiah Indonesia*, 5(12), 1591–1610.
- Ernawati (2019) Kualitas Produk. *Universitas Internasional Batam UIB Repository*, 2017, 5–24.
- Fauzi, D. H. (2021) *Program sarjana fakultas ekonomi universitas darma persada jakarta 2021*.
- Ghozali, (2006) Model regresi 19(19), 1–31.
- Imam Ghozali (2011 : 97) Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), 2(2). <https://doi.org/10.25139/jaap.v2i2.1397>.

- Irwan( 2015 ) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Faktor Emosional, Biaya Dan Kemudahan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pengguna Aplikasi Jasa Gojek Di Medan. Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan, 2(1), 142–155.
- Jama Jalius DR. (1990) Populasi *D an* Sampel.
- Kotler dan Keller (2016: 37) Kualitas Produk. *Molucca Medica*, 11(April), 13–45.  
<http://ojs3.unpatti.ac.id/index.php/moluccamed>
- Kosanke, R. M. ( 2019) Harga 9-51.
- Kotler (2009) Pengruh Merek. *Agrimas*, 1(April), 1–10.
- Susetyo (2011 : 89) Mengukuran sah atau tidak kuesioner  
No.108-S47 Echnicalp paper