

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN BAKSO CARTEL CABANG SUMPAAH PEMUDA DI  
PALEMBANG**

**SKRIPSI**

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas  
Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti**



**Disusun Oleh :**  
**MEILANI**  
**NPM. 20.01.11.0154**


**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
2024**

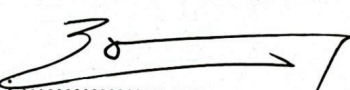
**UNIVERSITAS TRIDINANTI**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : MEILANI  
Nomor Pokok/NIM : 2001110154  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAKSO CARTEL CABANG SUMPAAH PEMUDA DI**

Pembimbing Skripsi

Tanggal 3 April 2024 Pembimbing I :   
Amrillah Azrin, S.E., M.M.  
NIDN : 0203026201

Tanggal 3 April 2024 Pembimbing II :   
Dra. Yasmina Martini, M.M.  
NIDN : 0228035901

**127 / PS / DFEB / 24**

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 3 April 2024



Dr. Msy. Mikial, S.E, M.Si Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen  
Tanggal 3 April 2024



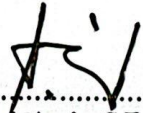
Mariyam Zanariah, S.E., M.M  
NIDN : 0222096301

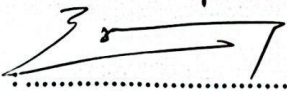
UNIVERSITAS TRIDINANTI  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

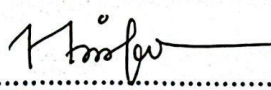
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : MEILANI  
Nomor Pokok/NIM : 2001110154  
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen  
Jenjang Pendidikan : Strata I  
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran  
Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK,  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAKSO CARTEL CABANG SUMPAAH PEMUDA DI  
PALEMBANG**

Pembimbing Skripsi

Tanggal 3 April 2024 Ketua Penguji :   
Amrillah Azrin, S.E., M.M.  
NIDN : 0203026201

Tanggal 3 April 2024 Penguji I :   
Dra. Yasmina Martini, M.M.  
NIDN : 0228035901

Tanggal 3 April 2024 Penguji II :   
Hj. Nina Fitriana, S.E., M.Si  
NIDN : 0012116501



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi  
Tanggal 3 April 2024



Dr. Msy. Mikial, S.E, M.Si Ak, CA, CSRS  
NIDN : 0205026401

Ketua Prodi Manajemen  
Tanggal 3 April 2024

Mariyam Zanariah, S.E., M.M  
NIDN : 0222096301

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Meilani

Nomor Pokok : 2001110154

Angkatan : 2020

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Manajemen

Program Pendidikan : Strata 1 (S1)

Skripsi : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN  
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
BAKSO CARTEL CABANG SUMPAAH PEMUDA DI  
PALEMBANG**

Menyatakan bahwa Skripsi ini telah ditulis dengan sungguh – sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa dalam skripsi ini terkandung ciri – ciri plagiat dan bentuk – bentuk peniruan lain yang dianggap melanggar peraturan, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Palembang, April 2024



Meilani

## DAFTAR ISI

### Halaman

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xiv</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>xv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>xvi</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Kajian Teoritas.....	8
2.1.1 Pemasaran.....	8
2.1.1.2 Bauran Pemasaran.....	9
2.1.2 Harga.....	10
2.1.2.1 Peran Harga .....	10
2.1.2.2 Penerapan Harga.....	11
2.1.2.3 Tujuan Penetapan Harga.....	12
2.1.2.4 Indikator Harga .....	13
2.1.3 Kualitas Produk.....	14
2.1.3.1 Dimensi Kualitas Produk.....	15
2.1.3.2 Manfaat Kualitas Produk.....	16
2.1.3.3 Indikator Kualitas Produk.....	17

2.1.4 Promosi.....	19
2.1.4.1 Tujuan Promosi.....	20
2.1.4.2 Bentuk Promosi.....	21
2.1.4.3 Indikator Promosi .....	22
2.1.5 Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5.1 Proses Keputusan Pembelian.....	23
2.1.5.2 Peranan Konsumen Dalam Keputusan Pembelian .....	25
2.1.5.3 Indikator Keputusan Pembelian.....	26
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	27
2.3 Kerangka Berfikir.....	30
2.4 Hipotesis.....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian Penelitian .....	32
3.1.1. Tempat Penelitian.....	32
3.1.2. Waktu Penelitian.....	32
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	32
3.2.1. Sumber Data.....	32
3.2.2. Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.3. Populasi, dan Sempel.....	34
3.3.1. Populasi.....	34
3.3.2. Sempel.....	35
3.3.3 Teknik Pengambilan Sempel.....	36
3.4. Rencana Penelitian.....	38
3.5. Variabel Dan Definisi Oprasional.....	39
3.5.1. Variabel.....	39
3.5.2. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.6. Instrumen Penelitian.....	42
3.6.1. Uji Validasi.....	43
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	43
3.6.3. Uji Asumsi Klasik.....	43
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	43
3.6.3.2. Uji Multikolieritas.....	44
3.6.3.3. Uji Heteroskedasitas.....	44

3.7. Teknik Analisis Data.....	45
3.7.1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.7.2. Analisis Koefisien Determinasi (R <sup>2</sup> ) .....	46
3.8 Uji Hipotesis .....	47
3.8.1. Uji Signifikansi Simultan ( Uji F).....	47
3.8.2. Uji Signifikansi Parsial (Uji T) .....	47

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	49
4.1.1. Sejarah Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.....	49
4.1.2. Visi dan Misi.....	50
4.1.3. Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas Dan Wewenang.....	50
4.1.4. Profil Identitas Responden.....	52
4.1.4.1. Umur Responden.....	53
4.1.4.2. Tingkat Pendidikan.....	53
4.1.4.3. Jenis Kelamin .....	54
4.1.5. Pembahasan Hasil Pengujian Instrumen.....	54
4.1.6. Uji Asumsi Klasik.....	57
4.1.7. Teknik Analisis data.....	60
4.1.8. Uji Hipotesis.....	62
4.2. Pembahasan.....	65
4.2.1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	65
4.2.2. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.3. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian.....	66
4.2.4. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian .....	67

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan.....	68
5.2. Saran.....	69

## **DAFTAR PUSTAKA.....70**

### **Lampiran**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 1.1. Harga Bakso Cartel .....	2
Tabel 2.1. Penelitian Yang Relevan .....	27
Tabel 3.1. Jadwal Penelitian.....	32
Tabel 3.2. Jumlah Keputusan Pembelian Bakso Cartel .....	35
Tabel 3.3. Definisi Oprasional Variabel.....	40
Tabel 3.4. Skala Likert Pengukuran .....	42
Tabel 4.1. Responden Berdasarkan Tingkat Umur .....	53
Tabel 4.2. Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	53
Tabel 4.3. Jenis Kelamin Responden .....	54
Tabel 4.4. Hasil Uji Validasi Harga .....	55
Tabel 4.5. Hasil Uji Validasi Kualitas Produk .....	55
Tabel 4.6. Hasil Uji Validasi Promosi .....	56
Tabel 4.7. Hasil Uji Validasi Keputusan Pembelian .....	56
Tabel 4.8. Hasil Uji Reliabilitas .....	57
Tabel 4.9. Hasil Uji Normalitas .....	58
Tabel 4.10. Hasil Uji Multikolinearitas .....	59
Tabel 4.11. Koefisien Regresi Harga, kualitas Produk dan Promosi .....	60
Tabel 4.12 Hasil Uji Koefisiensi Determininasi ( Uji R <sup>2</sup> ).....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji F Simultan .....	62
Tabel 4.11. Hasil Uji T Parsial.....	63



## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Proses Pengambilan Keputusan .....	24
Gambar 2.2. Kerangka Berfikir. ....	30
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Bakso Cartel.....	51

## ABSTRAK

**Meilani, “Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang”. (Dibawah bimbingan Bapak Amrillah Azrin, SE., MM dan Ibu Dra. Yasmina Martini, M.M)**

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan membuktikan secara simultan dan parsial pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian bakso cartel cabang sumpah pemuda di Palembang. Sedangkan metode pembahasan ini menggunakan Analisis Regresi Linear Berganda dengan sebanyak 93 Responden.

Hasil dari penelitian ini ada pengaruh positif dan signifikan dari variabel harga, kualitas produk, dan promosi terhadap keputusan pembelian bakso cartel cabang sumpah pemuda di Palembang. Ada pengaruh harga terhadap keputusan pembelian bakso cartel cabang sumpah pemuda di Palembang. Ada pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian bakso cartel cabang sumpah pemuda di Palembang. Ada pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian bakso cartel cabang sumpah pemuda di Palembang. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 63%. Hasil ini menunjukkan bahwa 63% variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel harga( $x_1$ ), kualitas produk ( $x_2$ ) promosi( $x_3$ )

***Kata Kunci: Harga, Kualitas Produk, Promosi, keputusan Pembelian***

## ABSTRACT

**Meilani, “The Influence Of Price, Product Quality, And Promotion On Purchasing Decisions For The Meatball Cartel Youth Pledge Branch In Palembang”. (Under the guidance of Mr. Amrillah Azrin, SE., MM and Dra, Yasmina Martini, M.M)**

This research was conducted with the aim of knowing, analyzing and proving simultaneously and partially the influence of price, product quality and promotion on purchasing decisions for the meatball cartel of the Youth Pledge branch in Palembang. Meanwhile, this discussion method uses Multiple Linear Regression Analysis with 93 Respondents.

The Results of this research show a positive and significant influence from the variables price, product quality, and promotions on meatball cartel purchasing decision youth pledge branch in Palembang. Decisions purchasing meatball cartel Youth Pledge branch in Palembang. There is influence Product quality on purchasing decisions for the oath branch of the meatball cartel youth in Palembang. There is a promotional influence on purchasing decisions meatball cartel youth pledge branch in Palembang. Value of the coefficient of determination ( $R^2$ ) of 63%. These results show that 63% of the decision variables Purchases can be explained by the variables price ( $X_1$ ), product quality ( $X_2$ ), promotions ( $X_3$ ).

***Keywords: Price, Product Quality, Promotion, Purchase Decision***

## **BAB 1**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1. Latar Belakang**

Bisnis usaha kuliner di Indonesia semakin hari semakin diminati. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya masyarakat yang gemar memburu beberapa aneka menu makanan tradisional, nasional maupun internasional. Itu semua bisa dibuktikan dengan semakin banyaknya usaha kuliner yang berdiri dari waktu ke waktu dan tentunya dengan penawaran menu andalan yang terbaik masing-masing. Pada masa kini kebutuhan akan makanan dan minuman tidak lagi sebagai kebutuhan dasar semata yang harus dipenuhi melainkan sudah menjadi tren di kalangan masyarakat.

Banyak yang beranggapan bahwa bisnis yang menjanjikan saat ini adalah bisnis usaha kuliner. Maka tidak heran jika pertumbuhan industri kuliner di Indonesia semakin meningkat dan ini tentunya menjadi peluang menarik bagi para pengusaha bisnis kuliner. Banyak sekali persaingan dalam dunia perdagangan saat ini dalam penjualan produknya, dengan strategi pemasaran memegang peranan penting pada dunia usahanya, mengingat fokusnya pada masyarakat (konsumen).

Persaingan pasar yang semakin ketat terutama persaingan dari perusahaan sejenis sehingga semakin penting untuk bergerak lebih cepat dalam hal menarik para konsumen. Bisnis usaha kuliner harus memikirkan sistem yang dapat mendorong pembeli untuk membeli makanan atau produk yang ditawarkan sehingga mereka dapat bersaing.

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengembalian dan pembelian yang mencakup penentuan apa yang dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya (Abduh,2018). Adapun yang menjadi faktor pertimbangan keputusan pembelian adalah harga, kualitas produk, dan promosi dari mulut ke

mulut.

Menurut Esti Dwi Rahmawati,2023:88, harga adalah jumlah yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Konsumen mengharapkan layanan diberi harga berdasarkan nilai objek. Hal ini akan mempengaruhi pelanggan hingga mereka memutuskan untuk membeli, sehingga pelanggan akan mengetahui harga dan memilih makanan yang sesuai dengan keinginan mereka untuk membelinya.

Hal ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya pedagang bakso yang berjualan berbagai daerah terutama di Kota Palembang. Harga juga merupakan faktor penting yang memudahkan pelanggan untuk mengambil keputusan pembelian suatu perusahaan.

**Tabel 1.1**

**Tabel Harga Bakso Cartel**

Jenis Bakso	Harga
Bakso telur puyuh	22,500
Bakso mercon	27.500
Bakso kotak	25.000
Bakso cartel 1	31.000
Bakso iga	38.000
Bakso bogem	56.500
Bakso meteor	35.000

*Sumber: Harga Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang*

Semua jenis produk yang diproduksi oleh Bakso Cartel yaitu produk-produk yang berkualitas. Menurut (Kotler, 2016), kualitas produk merupakan keseluruhan ciri sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, maka akan berusaha membuat produk yang berkualitas yang ditampilkan baik ciri-ciri luar produk maupun inti dari produk itu sendiri. karena penampilan fisik yang baik dapat mempengaruhi kualitas dan rasa dari Bakso Cartel tersebut itu dari bentuk, rasa dan warna.

Faktor lainnya dapat dilihat keputusan pembelian yaitu promosi. Menurut

(Sistanigrum, dikutip dalam Esti Dwi Rahmawati,2023:121), promosi adalah upayah atau kegiatan perusahaan dalam memengaruhi konsumen aktual maupun kosumen pontesial agar mereka mau melakukan pembelian produk yang ditawarkan saat itu atau masa yang akan datang. Dengan promosi yang tepat dengan informasi yang terkandung dalam promosi tersebut, maka konsumen akan tertarik malakukan pembelian suatu produk.

Bakso Cartel melakukan beberapa bentuk promosi antara lain melalui media sosial seperti instagram, dan secara tidak langsung menggunakan promosi WOW (Word Of Mouth), secara promosi pada Bakso Cartel sangat mempengaruhi penjualan karena melalui promosi, konsumen dapat lebih mengetahui dan mengamati produk apa saja yang terbaru (Ilham, 2018).

Dengan promosi perusahaan tersebut mampu memperkenalkan produknya masing-masing sehingga para konsumen mengetahui menu apa saja yang mereka tawarkan atau menu apa saja favorit di Bakso Cartel tersebut, dan selain dari itu promosi juga bisa meningkatkan penjualan dari perusahaan tersebut.

Bakso Cartel adalah salah satu perusahaan yang bersifat bisnis kuliner pendiri Bakso Cartel adalah Anugrah grub berdiri sejak tahun 2019 Bakso Cartel mempunyai tiga cabang yang dimana Bakso Cartel membuka usaha pertamanya di bangau yang beralamat Jl.Bangau No.171, 9 Ilir, Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30114, penjualan Bakso Cartel semakin meningkat dan banyak di minati oleh konsumen, kemudian Bakso Cartel membuka cabang keduanya di sumpah pemudah yang beralamat Jl. Sumpah Pemuda No.27, Lorok Pakjo, Kec. Ilir Bar. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan 30137, kemudia Bakso Cartel membuka cabang yang ke tiga yang beralamat Jl. Gub H Bastari, 7 Ulu, Kecamatan Seberang Ulu I, Kota Palembang, Sumatera Selatan.

Bakso Cartel cabang Sumpah Pemuda berdiri tahun 2021 di Palembang, merupakan wujud perkembangan zaman yang memodifikasi tempat makan bakso dengan dibuat nyaman. Bakso Cartel memiliki konsep cafe yang punya fasilitas indoor full ac dan

outdoor, parkir yang luas dan free wifi.

Bakso Cartel ini buka setiap hari dari pukul 07.00 sampai 23.00. Bakso Cartel ini menyediakan banyak variasi bakso dengan harga yang terjangkau. Bisa makan di tempat yang super nyaman indoor maupun outdoor ataupun bawa pulang.

Beragam pilihan menu bakso ini tersedia beberapa pilihan dan lengkap. Disini juga tidak hanya menyediakan varian bakso, tapi beragam menu lainnya seperti pilihan ayam, pilihan pindang, berbagai mie ayam, nasi goreng, iga bakar, fish and chips. Tak hanya makanan, pilihan minuman pun ada banyak sekali seperti pilihan berbagai juice, coffee, teh, esnaco, es kacang, cinau dan es teller dan berbagai dessert ice cream lengkap.

Dari survey yang sudah diteliti pengaruh harga, kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel cabang Sumpah Pemuda di Palembang. Konsumen banyak berdatangan kerana mendapatkan informasi dari konsumen lain yang pernah datang ke Bakso Cartel, tak hanya itu konsumen yang berdatangan memiliki daya tarik tersendiri terhadap kualitas produk Bakso Cartel yang dijual apakah sesuai dengan harganya yang mereka jual, dan selain itu adanya promosi dari mulut ke mulut yang baik dan meyakinkan yang dilakukan oleh konsumen Bakso Cartel kepada teman atau saudara atau konsumen lainnya, sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Berdasarkan latar belakang di atas masalah yang yang di uraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : *“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda Di Palembang”*.

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang disajikan maka dapat dirumuskan permasalahan di dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas produk dan promosi berpengaruh secara Simultan

terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang?

2. Apakah harga berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang?
4. Apakah promosi berpengaruh secara Parsial terhadap keputusan pembelian pada konsumen Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian adalah untuk mengetahui sebagai berikut :

1. Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Promosi terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.
2. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.
3. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.
4. Pengaruh Promosi terhadap keputusan pembelian Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan manfaat.

Adapun manfaat dari hasil penelitian ini adalah

1. Bagi Penulis  
Hasil penelitian ini dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ilmu manajemen pemasaran, hal ini juga sangat



bermanfaat bagi penulis ketika memasuki dunia usaha, karena dalam menjalani sebuah usaha harus mampu menghadapi sebuah persaingan. Karena perkembangan ekonomi global semakin berkembang sehingga pengusaha harus lebih kreatif dalam memasarkan produk baik dari segi harga, kualitas produk, lokasi dan promosi.

## 2. Bagi lembaga pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi refensi untuk penelitian serupa di masa yang akan datang dan diharapkan dapat dipakai sebagai informasi yang berguna bagi penelitian- penelitian selanjutnya.

## 3. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan untuk perusahaan dan informasi bagi perusahaan khususnya tentang Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap keputusan pembelian pada Bakso Cartel Cabang Sumpah Pemuda di Palembang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assauri Sofyan. (2013). Manajemen Pemasaran Konsep, Dasar dan Strategi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buchari Alma. (2011). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Cetakan Kesebelan, Bandung: Alfabeth.
- Didin Fatihudin. (2020). Kapita Selekta Metode Penelitian, Surabaya: Penerbit Qiara Media.
- Fuad, Muhamad, dkk. (2006). Pengantar Bisnis. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ghozali, Imam;. (2011). "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS".  
Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2016). Desain Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, Yoga Pratama: Semarang 50143
- Indrasari, Meithiana. (2019). Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan, Unitomo Press: Surabaya 60283.
- Indriani Willa. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Pucelle Pada Farmers Market Ptc Mall, Skripsi, Falkultas Ekonomi Dan Bisnis Palembang.
- Kotler dan Keller. (2008). Manajemen Pemasaran jilid 1, Edisi 13, Erlangga: Jakarta.
- Kotler. P da K.L. Keller. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid 1 Edisi ke 12. (Jakarta:Erlangga).
- M. Sholahuddin, (2007). Asas-Asas Ekonomi Islam, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Muhammad deni,. "Pengaruh Harga, dan Kaulitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian",  
Jurnal Ilmiah Manajemen. Vol 11.10.2022.
- Rahmawati, Dwi, Esti. (2023). Manajemen Pemasaran, Pustaka Baru Press : Yogyakarta.
- Rambat Lupiyoadi. (20213). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompeten Edisi Ke-Tiga,  
Jakarta: Salemba Empat.
- Sudirjo Frans, et al., (2023). Analisis Kualitas Produk, Get Press Indonesia: Padang
- Satdiah Alimatuts, et al., (2023, Juni) "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint", Jurnal CiDEA, Hal 27.
- Sujarweni, Wiratna. V, (2014). Metodologi Penelitian, PT. Pustaka Baru: Yogyakarta.
- Univesitas Tridinanti Palembang. Fakultas Ekonomi. 2023. *Pedoman Penulisan Skripsi dan Laporan Akhir*.