

Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan Dan Legalitas Produk (PIRT) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM “Srikandi” KOTA BATU (Study Kasus Pada Desa Gondorejo Kecamatan Batu Kota Batu)

Oleh:

Bayu Antiko*)

N. Hidayati)**

M. Ridwan Basalamah*)**

Email: baytiko1997@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

The purpose of this study is to determine and analyze product quality, price, packaging and legality of PIRT products that have a simultaneous effect on purchasing decisions for Srikandi SMEs in Batu City. To determine the effect of product quality on consumer purchasing decisions of Srikandi SMEs in Batu City. To determine the effect of price on consumer purchasing decisions of Srikandi SMEs in Batu City. To determine the effect of packaging on consumer purchasing decisions of Srikandi SMEs in Batu City. To determine the effect of the legality of PIRT products on the purchasing decisions of Srikandi UMKM consumers in Batu City.

The population in this study amounted to 100 respondents and the samples taken were 50 respondents. Collecting data through the distribution of questionnaires. Data analysis in this study used SPSS Version 16. The sampling technique used quantitative methods and the data testing techniques used were Validity Test, Reliability Test, Classical Assumption Test, Multiple Linear Regression Test and Hypothesis Testing.

The results of the analysis show that Product Quality, Price, Packaging and Legality of PIRT Products simultaneously have an influence on the Consumer Purchase Decision of Srikandi MSMEs in Batu City. Partially Product Quality, Price and Packaging affect the purchasing decisions of Srikandi SMEs consumers. However, partially the legality of PIRT products has no effect on purchasing decisions for Srikandi MSMEs in Batu City.

Keywords: *Product Quality, Price, Packaging and Legality of PIRT Products on purchasing decisions.*

Pendahuluan

Latar Belakang

Seiring adanya perkembangan di kota batu rupanya masyarakat dalam maupun luar memahami dan mulai mencari peluang di dalamnya, dengan banyak munculnya industri-industri baru, mulai industri kecil sampai industri besar sekalipun, maka tidak heran nantinya persaingan bisnis akan semakin ketat bagi industri kecil khususnya. Dimana pelaku usaha harus bersaing untuk mencari calon pelanggan dan mempertahankan pelanggan lama

yang sudah ada, dan memang menjadi tantangan tersendiri bagi pelaku usaha untuk menawarkan produk dan mempertahankan perusahaanya.

Pelaku usaha harus mampu meningkatkan permintaan atas produknya dalam tahap konsisten dan stabil agar pelaku usaha tetap berdiri dan bahkan pelaku usaha juga harus mampu bersaing dan bahkan mampu untuk mengungguli kompetitornya. Untuk meningkatkan penjualan atas produk yang ditawarkan oleh pelaku usaha maka tidak terlepas dari berjalanya strategi pemasaran yang baik dalam memasarkan produk yang ditawarkan. Dalam konsep pemasaran bahwa pelaku usaha tidak hanya membuat barang. Akan tetapi pelaku usaha juga harus memfokuskan pada apa yang diharapkan oleh konsumen. Pelaku usaha harus memperhatikan kebutuhan dan keinginan dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli fisik barang akan tetapi juga berharap ada sesuatu manfaat atas barang tersebut yang dapat konsumen rasakan.

Rumusan Masalah

1. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan Dan Legalitas Produk (PIRT) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Secara Simultan?
2. Bagaimana Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial?
3. Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial?
4. Bagaimana Pengaruh Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial?
5. Bagaimana Pengaruh Legalitas Produk PIRT Terhadap Keputusan Pembelian Secara Parsial?

Tujuan Penelitian

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kemasan dan Legalitas Produk PIRT Secara Simultan Terhadap Keputusan Pembelian.
2. Untuk Menganalisis pengaruh Kualitas Produk secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian.
3. Untuk Menganalisis Pengaruh Harga secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian.
4. Untuk Menganalisis Pengaruh Kemasan Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian.
5. Untuk Menganalisis Pengaruh Legalitas Produk PIRT Secara parsial Terhadap Keputusan Pembelian.

Manfaat Penelitian

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan sebuah informasi dan manfaat untuk UMKM Srikandi untuk dijadikan sebuah masukan dan dijadikan pertimbangan-pertimbangan dalam merencanakan strategi pemasaran yang akan datang supaya lebih mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian
2. Diharapkan penelitian ini menjadi tambahan *literature* atau informasi bagi penelitian-penelitian selanjutnya tentang bagaimana kualitas produk, harga, kemasan dan legalitas produk PIRT berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Tinjauan Pustaka

Hasil Penelitian Terdahulu

Mustikasari, Adi (2014) tentang “Pengaruh Kualitas produk, Desain Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik”. Variabel yang diangkat adalah Kualitas produk, Desain Produk, Harga dan Keputusan Pembelian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas produk, desain produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian. Sedangkan variabel desain produk secara parsial memiliki pengaruh lebih besar terhadap keputusan pembelian.

Fristiana (2012) tentang “Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang”. Variabel yang diangkat adalah Citra Merek dan Harga dan Keputusan Pembelian. Berdasarkan hasil penelitian, secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian. Koefisien regresi linier berganda diketahui antara variabel citra merek dan harga memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian.

Darmawan (2017) tentang “Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik” yaitu variabel kemasan dan harga terbukti berpengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik.

Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020) tentang “Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin P-IRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan” Berdasarkan hasil analisis dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kemasan produk sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen kerupuk ikan di kabupaten Rembang. Berbeda dengan atribut halal dan label izin dari Dinkes P-IRT dimana tidak memberikan dampak pengaruh terhadap keputusan pembelian kerupuk ikan.

Landasan Teori

Keputusan Pembelian

Menurut Schiffman dan Kanuk (2014) keputusan pembelian di definisikan sebagai sebuah pilihan dari dua atau lebih alternative yang lain.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008) kualitas produk adalah senjata strategi yang potensial yang dapat mengalahkan pesaing. Yaitu dimana kualitas produk mempunyai kemampuan untuk menunjukkan berbagai fungsinya termasuk ketahanan produk, kehandalan, ketepatan, dan kemudahan dalam penggunaannya.

Harga

Menurut Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk produk yang akan dipilih pelanggan.

Kemasan

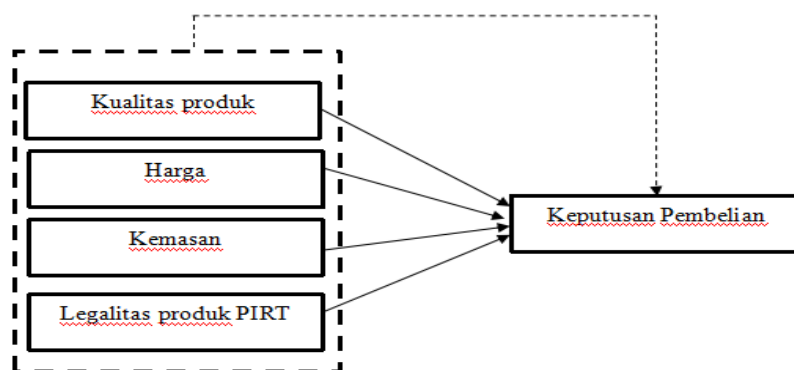
Kotler dan Armstrong (2012) adalah proses kemasan yang melibatkan kegiatan mendesain dan memproduksi, fungsi utama dari kemasan sendiri yaitu untuk melindungi produk agar produk tetap terjaga kualitasnya.

Legalitas Produk PIRT

Legalitas suatu perusahaan atau badan usaha adalah merupakan suatu yang terpenting, karena legalitas merupakan jati diri yang melegalkan atau mengesahkan suatu badan usaha

Kerangka Konseptual

Berdasarkan penelitian terdahulu dan tinjauan teori maka terbentuk kerangka konseptual dari penelitian ini. Dari keduanya didasarkan pada hubungan variabel, antara variabel independent dengan variabel dependen untuk memecahkan sebuah masalah, yakni Kualitas produk, Harga, Kemasan dan Legalitas produk PIRT Terhadap Keputusan Pembelian. Adapun kerangka konseptualnya seperti gambar dibawah ini:



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

Keterangan:

- > : Pengaruh secara simultan
 -----> : Pengaruh secara Parsial

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini didasarkan pada analisis statistik. Yang mengarah mengarah pada penelitian deskriptif yang menganalisis antara dua variable atau lebih.

Jenis penelitian ini menggunakan sumber data yang dikirimkan secara langsung ke pengumpul data melalui perangkat data. Data awal dari penelitian ini diperoleh melalui jawaban dari sebaran kuisioner. Adapun yang menjadi populasi adalah konsumen dari UMKM SRIKANDI yang berasal di pasar besar kota batu yaitu terdapat 50 sampel dari total populasi sebanyak 100 populasi.

Waktu Penelitian

Waktu dalam penelitian ini dilakukan pada tanggal 20 bulan Juni 2020 sampai dengan bulan februari 2021.

Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini dilakukan pada UMKM Srikandi Desa Pohkopek Kecamatan Batu Kota Batu.

Hasil dan pembahasan Uji Validitas

Variabel	Indikator	Pearson Correlation	Nilai r Tabel N=50; $\alpha=5\%$	Keterangan
Kualitas produk (X ₁)	X1.1	0.370	0.2787	Valid
	X1.2	0.669	0.2787	Valid
	X1.3	0.516	0.2787	Valid
	X1.4	0.401	0.2787	Valid
Harga (X ₂)	X2.1	0.518	0.2787	Valid
	X2.2	0.584	0.2787	Valid
	X2.3	0.584	0.2787	Valid
Kemasan (X ₃)	X3.1	0.754	0.2787	Valid
	X3.2	0.295	0.2787	Valid
	X3.3	0.765	0.2787	Valid
	X3.4	0.682	0.2787	Valid
Legalitas produk PIRT (X ₄)	X4.1	0.643	0.2787	Valid
	X4.2	0.471	0.2787	Valid
	X4.3	0.511	0.2787	Valid
	X4.4	0.540	0.2787	Valid
Keputusan pembelian	Y1	0.381	0.2787	Valid
	Y2	0.474	0.2787	Valid
	Y3	0.600	0.2787	Valid
	Y4	0.537	0.2787	Valid
	Y5	0.562	0.2787	Valid

Sumber: Data olahan SPSS tahun 2020

Berdasarkan hasil uji validitas diketahui bahwasanya item pada masing – masing variabel yang dipakai dinyatakan valid. Dapat dilihat pada table diatas nilai Pearson correlation (r hitung) yang semuanya lebih besar dibanding r tabel.

Uji Realibilitas

No.	Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	X1	0.616	Reliabel
2.	X2	0.689	Reliabel
3.	X3	0.736	Reliabel
4.	X4	0.671	Reliabel

Sumber: Data olahan SPSS tahun 2020

Dilihat dari Tabel Realibilitas variable indikator yang dipakai mempunyai nilai Cronbach's Alpha > 0,60 dinyatakan instrument dalam penelitian ini adalah reliabel.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.17487762
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.068
	Negative	-.098
Kolmogorov-Smirnov Z		.694
Asymp. Sig. (2-tailed)		.721
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data olahan SPSS 2020

Berdasarkan data Tabel Normalitas menunjukkan nilai (Asymp. Sig) yaitu 0,721 yang yang berarti lebih dari 0,05 berarti informasi tersebut tersebar secara normal.

Uji Multikolinearitas

No.	Tolerance	VIF	Keterangan
1.	0.795	1.259	Bebas Multikoliniearitas
2.	0.904	1.106	Bebas Multikoliniearitas
3.	0.833	1.201	Bebas Multikoliniearitas
4.	0.867	1.153	Bebas Multikoliniearitas

Sumber: Data olahan SPSS 2020

Berdasarkan data Multikolinieritas diketahui bahwasanya nilai tolerance dari variabel Kualitas Produk, Harga, Kemasan dan Legalitas Produk PIRT tidak lebih besar dari 0,1 keempat variabel bebas tersebut mempunyai nilai VIF dibawah 10, dapat diartikan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Uji Heterokedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.515	2.048		-.252	.803
Kualitas produk	-.127	.086	-.235	-1.465	.150
Harga	.061	.096	.095	.629	.533
Kemasan	.079	.075	.165	1.052	.299
Legalitas produk PIRT	.075	.084	.138	.896	.375
a. Dependent Variable: Abs_RES					
Sumber: Data olahan SPSS 2020					

Untuk menguji ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tujuan dari uji ini apabila sama disebut homokedastisitas, apabila berlainan maka heterokedastisitas. Pengujian heterokedastisitas ini memakai uji Glejser.

Pada hasil pengujian ditunjukkan bahwasanya ditingkat signifikan masing-masing variabel lebih besar dari 0.05 maka dapat disimpulkan bahwasannya model regresi dalam penelitian ini tidak mengalami masalah heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.144	3.177		.045	.964
Kualitas produk	.276	.134	.240	2.056	.046
Harga	.367	.149	.270	2.459	.018
Kemasan	.432	.116	.426	3.732	.001
Legalitas produk PIRT	.219	.130	.188	1.683	.099
a. Dependent Variable: Keputusan pembelian					
Sumber: Data olahan SPSS 2020					

Untuk mengetahui Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui berdasarkan koefisien regresi.

Diketahui persamaan linier berganda dalam penelitian ini sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

$$Y = 0.144 + 0.276 X_1 + 0.367 X_2 + 0.432 X_3 + 0.219 X_4 + e$$

Hipotesis

Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70.783	4	17.696	11.773	.000 ^a
	Residual	67.637	45	1.503		
	Total	138.420	49			
a. Predictors: (Constant), Legalitas produk PIRT, Kemasan, Harga, Kualitas produk						
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian						

Sumber: Data olahan SPSS 2020

Berikut hasil *output* dari uji F.

Dengan demikian diketahui Sig. rata-rata 0,000 < 0,05. Dengan demikian, menurut Hipotesis (H1) yang dikemukakan dalam penelitian ini, Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kemasan (X3) dan Legalitas Produk PIRT (X4) secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).

Uji T

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.144	3.177		.045	.964
Kualitas produk	.276	.134	.240	2.056	.046
Harga	.367	.149	.270	2.459	.018
Kemasan	.432	.116	.426	3.732	.001
Legalitas produk PIRT	.219	.130	.188	1.683	.099

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data olahan SPSS 2020

Berdasarkan analisa Uji T :

1. Hipotesis 2 : Variabel Kualitas Produk mempunyai t hitung 2.056 dengan nilai signifikan 0.046 < 0,05. Artinya hipotesis 2 Kualitas Produk berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Srikandi kota batu bisa diterima.

2. Hipotesis 3 : Variabel Harga mempunyai t hitung 2.459 dengan nilai signifikan $0.018 < 0,05$. Artinya hipotesis 3 Harga berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian UMKM Srikandi bisa diterima.
3. Hipotesis 4 : Variabel Kemasan mempunyai t hitung 3.732 dengan nilai signifikan $0,001 < 0,05$. Artinya hipotesis 4 Kemasan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian UMKM Srikandi bisa diterima.
4. Hipotesis 5 : Variabel Legalitas Produk PIRT mempunyai t hitung 1.683 dengan nilai signifikan $0.099 > 0,05$. Artinya hipotesis 5 Legalitas Produk PIRT tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Srikandi kota batu tidak diterima.

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.715 ^a	.511	.468	1.226	2.180
a. Predictors: (Constant), Legalitas produk PIRT, Kemasan, Harga, Kualitas produk					
b. Dependent Variable: Keputusan pembelian					

Sumber: Data olahan SPSS 2020

Dari table di atas diperoleh variabel independen dalam penelitian hanya mampu menjelaskan variabel dependen sebesar 46.8 % sedangkan sisanya yaitu 53.2 % dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan pada penelitian ini.

Implikasi Pembahasan

- **Kualitas produk, harga, kemasan dan legalitas produk PIRT berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dinyatakan bahwa secara simultan variabel yang diajukan yaitu Kualitas produk, harga, kemasan dan legalitas produk PIRT berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada UMKM Srikandi.

- **Pengaruh Kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UMKM Srikandi. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk maka akan semakin tinggi pula ketahanan produk tersebut untuk tidak mudah rusak.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi harga maka akan semakin tinggi kualitas yang ditawarkan.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Kemasan terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kemasan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kemasan maka akan semakin tinggi pula kemasan menjaga isi dalam produk. Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu Kemasan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

- **Pengaruh Legalitas produk PIRT terhadap keputusan pembelian**

Berdasarkan hasil penelitian dapat dijelaskan bahwa tidak terdapat pengaruh signifikan antara legalitas produk P-IRT terhadap keputusan pembelian. Yang menunjukkan legalitas produk PIRT tidak mempengaruhi Kesesuaian dengan kapasitas produksi dan standart SOP untuk proses memproduksi barang.

Penelitian ini sejalan penelitian terdahulu yaitu legalitas produk P-IRT tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Tujuan pada penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, kemasaaan dan legalitas produk (pirt). Berdasarkan hasil pembahasan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Kualitas produk, Harga, Kemasan dan Legalitas produk (PIRT) berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas produk secara parsial dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
4. Kemasan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
5. Legalitas produk (PIRT) tidak berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keterbatasan

1. Sampel yang digunakan hanya berjumlah 50 responden
2. Hanya terdapat 4 variabel independent
3. Masih banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian dalam penelitian ini, penelitian ini hanya menggunakan variabel kualitas produk, harga, kemasan dan legalitas (PIRT).

Saran

Berdasarkan hasil pembahasan dan simpulan peneliti yang telah dipaparkan sebelumnya, maka diajukan saran-saran peneliti sebagai berikut:

1. Bagi UMKM Srikandi
 - a. Dilihat dari distribusi jawaban responden dari ke empat variabel independen, variabel kemasanlah yang memiliki nilai terendah, maka UMKM Srikandi harus lebih meningkatkan pada kemasan produk, khususnya pada warna dan ukuran kemasan.

2. Bagi peneliti

- a. Untuk peneliti selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti variabel promosi, variabel tempat dan dapat menambah jumlah responden yang akan diteliti.

Daftar Pustaka

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Arikunto, S. (2014). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Jakarta : Rineka Cipta
- Assauri. 2009. *Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Strategi*, edisi pertama. Jakarta: Rajagrafindo.
- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta.
- Buchari Alma, (2013). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*, Cetakan keenam, Bandung. Alfabeta.
- Darmawan, (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik, *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Vol.11, No 01.1, Pp105-115.
- Daryanto. (2013). *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*. Cetakan II. Januari 2013. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung.
- Fandy Tjiptono (2015). *Strategi Pemasaran Edisi empat*. Yogyakarta: Cv. Andi Offse
- Fristiana (2012). Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang. *Jurnal Ilmu Adminitrasi Bisnis* 1 (2), 118-127.
- Mustikasari, Adi (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kopiah Merek Gading Gajah Gresik. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JTPN)* 2 (2).
- Kotler, Philip & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management*. Edisi 15. Ebook: Pearson Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016. *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Amstrong. 2010. *Prinsip-Prinsip pemasaran*, Edisi kedua belas. Jakarta: Erlangga.
- Irfan Dwidya Prijambada, Devi Yuni Susanti dan Widodo pada buku *Key Performance Indicators UMKM* (2019). Diterbitkan oleh direktorat pengabdian kepada masyarakat universitas gajah mada cetakan pertama, 2019.
- Samsul Ramli. (2013). *Bacaan Wajib Para Praktisi Pengadaan Barang/Jasa Pemerintah*. Visi media. Jakarta.
- Schiffman,. Kanuk, *Perilaku konsumen* . (jakarta: Indeks. 2014).
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&d*. Bandung: Alfabeta. CV
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta
- Suprpto, R., & Azizi, Z. W. (2020). Pengaruh Kemasan, Label Halal, Label Izin PIRT Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen UMKM Kerupuk Ikan. *Jurnal REKOMEN (Riset Ekonomi Manajemen)* 3 (2), 125-133.
- Bayu Antiko *) Alumni Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma
- Nur Hidayati **) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma
- M. Ridwan Basalamah ***) Dosen Tetap Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unisma