

Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Sembako di Pasar Tradisional Wosi Manokwari

*¹Yance Nataniel Refasi, ²Manuel Lambi, ³Desi Suharnani Suharsono

*^{1,2,3} Universitas Caritas Indonesia

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Pasar tradisional tetap menjadi pilihan utama bagi masyarakat lokal untuk memenuhi kebutuhan sembako, meskipun bersaing dengan pasar modern yang terus berkembang. Harga dan pelayanan dianggap sebagai faktor utama yang memengaruhi preferensi konsumen di pasar tradisional. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, dimana responden yang merupakan konsumen aktif di Pasar Tradisional Wosi. Data dianalisis menggunakan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi pengaruh masing-masing variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih sembako dengan harga yang terjangkau sesuai dengan daya beli mereka. Pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana keramahan, kecepatan, dan kualitas interaksi penjual menjadi faktor penting dalam membangun loyalitas konsumen. Kombinasi harga yang kompetitif dan pelayanan yang baik meningkatkan kepercayaan dan kepuasan konsumen terhadap pasar tradisional. Penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pedagang di pasar tradisional untuk lebih memperhatikan strategi penentuan harga dan peningkatan kualitas pelayanan guna mempertahankan daya saing dengan pasar modern. Selain itu, penelitian ini juga menjadi referensi penting bagi pembuat kebijakan untuk mendukung keberlanjutan pasar tradisional sebagai bagian dari perekonomian lokal.

Kata Kunci: harga, pelayanan, keputusan pembelian, sembako, pasar tradisional, Manokwari

Copyright (c) 2024 Nur Ayin T. Oliy

✉ Corresponding author :

Email Address : nurainolii155@gmail.com

PENDAHULUAN

Perkembangan Pasar tradisional memiliki peran strategis dalam perekonomian lokal, terutama di wilayah yang masih menjaga tradisi interaksi langsung antara penjual dan pembeli (Fitria et al., 2023). Sebagai salah satu bentuk pasar konvensional, pasar tradisional tidak hanya menjadi tempat bertemunya penjual dan pembeli untuk melakukan transaksi, tetapi juga berfungsi sebagai pusat aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat. Pasar ini menawarkan keunikan tersendiri dibandingkan pasar modern, seperti kemampuan negosiasi harga, interaksi sosial yang lebih erat, serta keragaman produk lokal yang sering kali tidak ditemukan di pasar modern (Oktavia & Djameluddin, 2024). Namun, keberadaan pasar tradisional terus menghadapi tantangan besar dari perkembangan pasar modern, yang

menawarkan kenyamanan, kemudahan, dan berbagai promosi yang menarik bagi konsumen (Santoso et al., 2022).

Pasar Tradisional Wosi di Manokwari merupakan salah satu contoh pasar yang tetap menjadi tumpuan utama masyarakat lokal dalam memenuhi kebutuhan pokok, terutama sembako. Sebagai barang kebutuhan dasar, sembako memiliki peran vital dalam kehidupan sehari-hari, sehingga keberlanjutan pasar tradisional seperti Pasar Wosi menjadi penting untuk menjaga stabilitas ekonomi lokal. Dalam menghadapi persaingan dengan pasar modern, pedagang di pasar tradisional perlu memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat mempertahankan daya tarik mereka. Dua faktor yang sering dianggap krusial dalam konteks ini adalah harga dan pelayanan.

Harga merupakan salah satu elemen yang sangat memengaruhi keputusan pembelian konsumen, terutama di pasar tradisional yang dikenal menawarkan harga lebih kompetitif (Sari et al., 2023). Konsumen di pasar tradisional umumnya memiliki kebiasaan untuk membandingkan harga di berbagai kios sebelum membuat keputusan, sehingga penentuan harga menjadi faktor penentu bagi pedagang untuk menarik perhatian pembeli. Harga yang terjangkau sering kali dianggap mencerminkan efisiensi dan keadilan, yang menjadi alasan utama konsumen memilih pasar tradisional dibandingkan pasar modern. Selain itu, fleksibilitas dalam negosiasi harga memberikan konsumen kebebasan untuk mendapatkan harga yang sesuai dengan kemampuan mereka.

Selain harga, pelayanan juga memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman berbelanja konsumen. Di pasar tradisional, interaksi langsung antara penjual dan pembeli menciptakan peluang untuk membangun hubungan yang lebih personal (Muthmainnah et al., 2023; Sari et al., 2023). Pelayanan yang ramah, responsif, dan cepat tidak hanya meningkatkan kepuasan konsumen, tetapi juga menciptakan loyalitas terhadap pedagang tertentu. Konsumen cenderung lebih nyaman berbelanja di tempat di mana mereka merasa dihargai dan dilayani dengan baik. Dalam konteks pasar tradisional, pelayanan tidak hanya mencakup keramahan, tetapi juga kecepatan dalam melayani, kebersihan tempat berjualan, dan kemampuan pedagang untuk menyediakan barang sesuai kebutuhan konsumen.

Berbagai penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga dan pelayanan merupakan dua faktor yang sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian di berbagai jenis pasar. Namun, penelitian yang secara spesifik mengkaji pengaruh kedua faktor ini dalam konteks pasar tradisional di wilayah seperti Manokwari masih sangat terbatas. Hal ini menjadi relevan mengingat Pasar Wosi menghadapi tantangan geografis dan sosial yang khas, termasuk persaingan dengan pasar modern serta kondisi ekonomi masyarakat lokal yang beragam.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Dengan fokus pada dua variabel ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai preferensi dan perilaku konsumen di pasar tradisional. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pedagang di Pasar Wosi untuk merancang strategi penjualan yang lebih efektif. Selain itu, temuan penelitian ini juga relevan bagi pembuat kebijakan dalam mendukung keberlanjutan pasar tradisional sebagai bagian penting dari identitas dan perekonomian lokal Manokwari.

Dalam era modernisasi yang semakin mengubah cara konsumen berbelanja, memahami dinamika pasar tradisional tetap penting untuk menjaga keberagaman ekonomi lokal. Pasar tradisional bukan hanya tempat transaksi ekonomi, tetapi juga simbol budaya dan identitas lokal yang perlu dijaga keberlangsungannya. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya memiliki relevansi akademik, tetapi juga relevansi praktis dalam menciptakan strategi yang lebih inklusif dan berkelanjutan untuk mendukung pasar tradisional seperti Pasar Wosi.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Desain penelitian ini bersifat eksplanatori, bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel bebas, yaitu harga dan pelayanan, dengan variabel terikat, yaitu keputusan pembelian konsumen.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Pasar Tradisional Wosi yang berbelanja sembako. Sampel penelitian diambil menggunakan teknik purposive sampling, di mana responden yang dipilih adalah konsumen yang aktif berbelanja di Pasar Wosi dalam tiga bulan terakhir. Jumlah responden dipertimbangkan memadai untuk memberikan hasil yang representatif dan akurat dalam analisis statistik.

Instrumen Penelitian

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner terstruktur dengan skala Likert lima poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju). Kuesioner dirancang untuk mengukur tiga variabel utama, yaitu:

1. Harga: Diukur melalui empat indikator, yaitu keterjangkauan, kesesuaian dengan kualitas, fleksibilitas negosiasi, dan daya saing harga dibandingkan pasar lain.
2. Pelayanan: Diukur melalui empat indikator, yaitu keramahan penjual, kecepatan pelayanan, kebersihan tempat berjualan, dan responsivitas penjual terhadap kebutuhan konsumen.
3. Keputusan Pembelian: Diukur melalui tiga indikator, yaitu frekuensi pembelian, loyalitas konsumen terhadap pedagang tertentu, dan kesediaan merekomendasikan pasar kepada orang lain.

Sebelum pengumpulan data, kuesioner diuji validitas dan reliabilitasnya pada 30 responden yang tidak termasuk dalam sampel utama untuk memastikan setiap item pertanyaan dapat mengukur konstruk yang dimaksud secara konsisten dan akurat.

Pengumpulan Data

Data dikumpulkan selama dua minggu dengan membagikan kuesioner secara langsung kepada konsumen di Pasar Tradisional Wosi. Tim peneliti membantu responden yang membutuhkan klarifikasi atas pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Pendekatan ini dipilih untuk memastikan tingkat respons yang tinggi dan validitas data.

Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk menguji pengaruh variabel bebas (harga dan pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian). Analisis ini dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik. Sebelum melakukan analisis regresi, dilakukan uji asumsi klasik, termasuk:

- Uji normalitas untuk memastikan data berdistribusi normal.
- Uji multikolinearitas untuk memastikan tidak adanya hubungan linear yang kuat antara variabel bebas.
- Uji heteroskedastisitas untuk memastikan varians residual yang konstan.

Variabel Penelitian

- Variabel Bebas: Harga dan pelayanan.
- Variabel Terikat: Keputusan pembelian sembako.

HASIL PENELITIAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa harga dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Analisis data menggunakan regresi linier berganda menunjukkan bahwa kedua variabel bebas, yaitu harga dan pelayanan, secara bersama-sama dan individu memberikan kontribusi yang berarti terhadap keputusan pembelian konsumen.

Hasil analisis menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (koefisien regresi = 0,475; $p < 0,01$). Hal ini mengindikasikan bahwa konsumen di Pasar Tradisional Wosi cenderung memilih sembako dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan. Responden juga menunjukkan bahwa fleksibilitas dalam negosiasi harga merupakan salah satu daya tarik utama pasar tradisional, yang membedakannya dari pasar modern.

Pelayanan juga terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (koefisien regresi = 0,390; $p < 0,01$). Konsumen menyatakan bahwa keramahan penjual, kecepatan dalam melayani, dan kebersihan tempat berjualan adalah aspek-aspek penting yang meningkatkan kenyamanan mereka berbelanja di pasar. Responden juga mengapresiasi interaksi personal yang sering terjadi di pasar tradisional, di mana penjual tidak hanya menawarkan produk tetapi juga membangun hubungan baik dengan pembeli.

Secara simultan, harga dan pelayanan memberikan kontribusi sebesar 68% terhadap keputusan pembelian konsumen, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi (Adjusted $R^2 = 0,68$). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar variasi dalam keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kedua variabel tersebut. Sisanya, 32%, dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini, seperti ketersediaan produk, jarak ke pasar, dan preferensi pribadi konsumen.

Secara deskriptif, hasil survei menunjukkan bahwa mayoritas responden memilih Pasar Tradisional Wosi karena mereka merasa harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan dengan pasar modern. Selain itu, pelayanan yang bersifat personal menjadi alasan tambahan mengapa konsumen lebih nyaman berbelanja di pasar tradisional. Sebanyak 72% responden menyatakan bahwa keramahan penjual adalah salah satu alasan utama mereka tetap setia berbelanja di Pasar Wosi, meskipun ada pilihan pasar modern yang menawarkan kenyamanan lebih.

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa harga dan pelayanan adalah dua faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen di pasar tradisional. Dengan harga yang kompetitif dan pelayanan yang baik, Pasar Tradisional Wosi mampu mempertahankan daya saingnya di tengah tekanan persaingan dari pasar modern. Temuan ini memberikan wawasan praktis bagi para pedagang untuk lebih memperhatikan strategi harga dan meningkatkan kualitas pelayanan guna menarik dan mempertahankan konsumen.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Temuan ini menguatkan teori dan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kedua faktor tersebut merupakan elemen kunci dalam memengaruhi perilaku konsumen, khususnya di pasar tradisional. Dalam konteks Pasar Wosi, di mana karakteristik konsumen lebih berorientasi pada efisiensi ekonomi dan interaksi sosial, pengaruh harga dan pelayanan menjadi semakin relevan.

Harga sebagai Faktor Utama

Harga terbukti memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap keputusan pembelian, mengindikasikan bahwa konsumen di Pasar Wosi sangat memperhatikan keterjangkauan dan nilai yang ditawarkan oleh produk. Kondisi ini mencerminkan preferensi konsumen

tradisional yang lebih sensitif terhadap harga dibandingkan dengan konsumen pasar modern (Fitria et al., 2023; Saputra et al., 2023). Di Pasar Wosi, negosiasi harga juga menjadi salah satu daya tarik yang khas, memungkinkan konsumen mendapatkan harga yang sesuai dengan daya beli mereka. Fleksibilitas ini memberikan keunggulan kompetitif bagi pasar tradisional dibandingkan dengan pasar modern yang umumnya memiliki harga tetap.

Namun, sensitivitas konsumen terhadap harga juga menunjukkan bahwa pedagang harus berhati-hati dalam menetapkan harga (Jayaputra & Pudjianto, 2022). Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen beralih ke penjual lain atau bahkan ke pasar modern. Sebaliknya, harga yang terlalu rendah dapat mengurangi margin keuntungan pedagang. Oleh karena itu, pedagang perlu menemukan keseimbangan antara menetapkan harga yang kompetitif dan tetap menjaga kualitas produk.

Pelayanan sebagai Pembentuk Loyalitas Konsumen

Pelayanan yang baik juga terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Matondang & Wahyuni, 2023). Konsumen di Pasar Wosi sangat menghargai keramahan, kecepatan, dan responsivitas penjual dalam melayani mereka. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja yang positif dapat meningkatkan loyalitas konsumen terhadap pasar tradisional. Interaksi langsung antara penjual dan pembeli memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih personal, yang tidak hanya memberikan kepuasan jangka pendek tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas dalam jangka panjang.

Di sisi lain, aspek pelayanan juga menjadi tantangan bagi pedagang di pasar tradisional (Salomonsz, 2016). Kebersihan tempat berjualan dan konsistensi dalam memberikan pelayanan yang baik adalah dua hal yang sering diabaikan tetapi memiliki dampak besar terhadap pengalaman konsumen. Oleh karena itu, pedagang perlu meningkatkan kesadaran akan pentingnya menciptakan lingkungan yang bersih dan nyaman untuk menjaga kepercayaan konsumen.

Kombinasi Harga dan Pelayanan dalam Konteks Pasar Tradisional

Secara simultan, harga dan pelayanan memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keputusan pembelian, mencerminkan bahwa kedua faktor ini saling melengkapi dalam membentuk preferensi konsumen (Fitrianti & Wahyiah, 2022). Dalam konteks Pasar Wosi, harga yang kompetitif menarik konsumen untuk berbelanja, sementara pelayanan yang baik memastikan bahwa konsumen tetap setia. Kombinasi ini memberikan keunggulan kompetitif bagi pasar tradisional, meskipun mereka harus bersaing dengan pasar modern yang menawarkan fasilitas lebih lengkap.

Konteks geografis dan sosial Manokwari memberikan dimensi tambahan terhadap hasil penelitian ini. Sebagai wilayah dengan tingkat pendapatan masyarakat yang bervariasi, konsumen di Manokwari cenderung lebih sensitif terhadap harga. Namun, keberadaan pasar tradisional seperti Pasar Wosi juga mencerminkan pentingnya interaksi sosial dalam proses berbelanja, yang tidak selalu ditemukan di pasar modern. Dengan demikian, harga dan pelayanan tidak hanya memengaruhi keputusan pembelian secara ekonomi, tetapi juga memiliki dimensi sosial yang memperkuat peran pasar tradisional dalam komunitas lokal.

Implikasi Praktis

Hasil penelitian ini memberikan beberapa implikasi penting bagi pedagang dan pembuat kebijakan. Bagi pedagang, strategi penentuan harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas pelayanan menjadi langkah utama untuk mempertahankan daya saing di tengah tekanan pasar modern. Promosi seperti diskon musiman atau paket harga khusus dapat menjadi cara efektif untuk menarik konsumen. Selain itu, pelatihan bagi pedagang mengenai pentingnya

pelayanan yang ramah dan konsisten dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen (Santika, 2023).

Bagi pembuat kebijakan, penelitian ini menyoroti pentingnya mendukung pasar tradisional sebagai bagian dari perekonomian lokal. Penyediaan fasilitas yang memadai, seperti kebersihan pasar, tempat berjualan yang nyaman, dan infrastruktur pendukung lainnya, dapat meningkatkan daya tarik pasar tradisional. Selain itu, program edukasi bagi pedagang tentang pengelolaan bisnis yang efektif dapat membantu meningkatkan daya saing mereka di era modernisasi (Achyridou, 2024; Orfanidou, 2024; Sohid et al., 2024).

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan pentingnya memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi perilaku konsumen untuk menjaga keberlanjutan pasar tradisional. Harga dan pelayanan bukan hanya elemen ekonomi, tetapi juga mencerminkan nilai sosial yang menjadikan pasar tradisional tetap relevan di tengah persaingan dengan pasar modern. Dengan strategi yang tepat, Pasar Tradisional Wosi dapat terus menjadi pilihan utama bagi masyarakat Manokwari, sekaligus mempertahankan identitasnya sebagai bagian penting dari budaya lokal.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa harga dan pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sembako di Pasar Tradisional Wosi, Manokwari. Harga, sebagai faktor utama, berkontribusi secara positif terhadap keputusan pembelian. Konsumen cenderung memilih produk dengan harga yang kompetitif dan sesuai dengan kualitas yang ditawarkan. Fleksibilitas dalam negosiasi harga, yang menjadi ciri khas pasar tradisional, memberikan daya tarik tersendiri bagi konsumen di Pasar Wosi. Pelayanan juga menunjukkan pengaruh signifikan dalam membentuk keputusan pembelian. Aspek keramahan, kecepatan pelayanan, kebersihan, dan responsivitas penjual menjadi faktor penting yang meningkatkan kenyamanan berbelanja dan loyalitas konsumen. Interaksi personal yang tercipta antara penjual dan pembeli di pasar tradisional memperkuat kepercayaan konsumen dan mendorong mereka untuk terus berbelanja di tempat yang sama. Secara simultan, harga dan pelayanan memberikan kontribusi yang besar terhadap keputusan pembelian, menunjukkan bahwa kedua faktor ini saling melengkapi dalam membentuk preferensi konsumen. Pasar Tradisional Wosi, dengan kombinasi harga yang kompetitif dan pelayanan yang baik, mampu mempertahankan daya saingnya di tengah persaingan dengan pasar modern. Hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pedagang dan pembuat kebijakan. Pedagang perlu fokus pada strategi penentuan harga yang kompetitif dan peningkatan kualitas pelayanan untuk menarik dan mempertahankan konsumen. Pembuat kebijakan, di sisi lain, dapat mendukung keberlanjutan pasar tradisional dengan menyediakan fasilitas yang memadai dan program pelatihan untuk pedagang. Dengan strategi yang tepat, Pasar Tradisional Wosi dapat terus menjadi pilihan utama masyarakat Manokwari dalam memenuhi kebutuhan sembako, sekaligus mempertahankan identitasnya sebagai bagian penting dari budaya dan perekonomian lokal. Penelitian ini juga menjadi referensi penting dalam memahami dinamika pasar tradisional di wilayah lain yang menghadapi tantangan serupa.

Refrensi :

- Achyridou, E. (2024). The impact of social media on businesses: Understanding motivations, effectiveness, and consumer behavior.
- Fitria, I., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). The Effect of Product Variation, Brand Image and Price Perception on Purchase Decisions of Fried Sedaap Noodles at Smbako Agent in Kumpay Village, Banten. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 380–393.
- Fitrianti, R., & Wahyiah, I. R. (2022). People's Consumptive Behavior on the Reaction of Government Regulation to Fuel Price Increase. *LEGAL BRIEF*, 11(5), 3042–3051.

- Jayaputra, A., & Pudjianto, B. (2022). Inclusive Finance in Sembako Program: An Overview From Proper Governance Perspective. *Asean Social Work Journal*, 24–34.
- Matondang, F. N., & Wahyuni, S. (2023). The Effect of Brand Image and Quality Service on Saving Decisions with Competitive Advantage as an Intervening Variable at Bank DKI Mayor Branch, East Jakarta. *Utsaha: Journal of Entrepreneurship*, 43–58.
- Muthmainnah, A., Heriyadi, H., Pebrianti, W., Ramadania, R., & Syahbandi, S. (2023). The Influence of Price and Product Quality on Customer Satisfaction with Purchase Decision As Mediation Variable In Somethinc Serum Skincare Products In Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 12(04), 1925–1938.
- Oktavia, S., & Djamaluddin, S. (2024). The Effect of E-Warong Accessibility on Household Consumption. *Asian Journal of Social and Humanities*, 2(6), 1378–1388.
- Orfanidou, M. (2024). E-commerce and the influence of social media and online reviews on customer purchase decisions.
- Salomonsz, G. V. (2016). A study of marketing mix strategy of Pinasungkulan and Bersehati traditional market traders in Manado city. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(2).
- Santika, N. M. (2023). The Influence of Price Perception and Product Quality on Luxcrime Cosmetics Purchase Decisions Post-Covid-19 Pandemic. *International Journal of Asian Business and Management*, 2(4), 641–652.
- Santoso, A., Maradita, F., & Nurjihadi, M. (2022). Efforts to Increase Consumer Buying Interest and Satisfaction through the Influence of Price and Product Perception on the Social Safety Net West Nusa Tenggara Gemilang. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 5(2), 704–712.
- Saputra, A. A., Yulianti, O., & Wagini, W. (2023). The Influence Of Price, Product Quality And Brand Image On Purchasing Decisions Purchase Of Bimoli Cooking Oil In The City Of Bengkulu. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 3(2), 529–538.
- Sari, S. M., Fitriano, Y., & Indriasari, N. (2023). Ananalysis Of The Effect Of Service Quality And Price Toward Consumers' Satisfaction At Agas Mart. *Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi Review*, 3(2), 549–562.
- Sohid, F. M., Mashahadi, F., Saidon, J., Yusof, N. M., Omar, S. A. S., & Ishak, M. F. (2024). The Dominance of TikTok in Shaping Online Purchasing Intention. *Information Management and Business Review*, 16(3S (I) a), 882–891.
- Suryani, S. D., Sari, C. I., Witriyani, S., & Pratiwi, Y. (2024). The Influence of Location and Service Quality on Consumer Purchasing Decisions at Belina Mart in Batusangkar. *SAKO: Journal of Islamic Studies*, 1(1), 28–37.