

Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Berbahan Baku Sayur Olahan

Tina Harianty Masitah¹, Puri Sriangraini², Mukti Hakim³

^{1,2,3}Program Studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Al Washliyah Medan

ABSTRACT

This type of research utilizes quantitative research and collects data through interviews, observations, and questionnaires. The independent variables of this study include taste, price perception, and location, while the dependent variable in this study is the purchasing decision. The sample consists of 50 individuals who purchased processed vegetable ingredients (Pecal) Bik Sungam, who have previously bought processed vegetable ingredients, namely processed vegetable ingredients (Pecal) Bik Sungam. The sampling technique used is simple random sampling, or a method of sampling randomly from the population without considering the existing strata. The data analysis conducted includes multiple linear regression analysis, hypothesis testing with t-tests, and f-tests. The results of this study indicate that the taste variable (X1) has no effect on the purchasing decision (Y) with a calculated t value of (1.833) < t table (2.014) and a significance value of (0.073) > 0.05, The price perception variable (X2) affects the purchasing decision (Y) with a calculated t value of (2.118) < t table (2.014) and a significance value of (0.040) < 0.05. The location variable (X3) affects the purchasing decision (Y) with a calculated t value of (3.077) > t table (2.014) and a significance value of (0.004) < 0.05. The results of the study simultaneously obtained an F value of 8.322 > F table 2.80 and a significance value of 0.000 < 0.05, indicating that taste (X1), price perception (X2), and location (X3) simultaneously have a significant effect on the purchasing decision (Y) of processed vegetable-based ingredients (Pecal) Bik Sungam.

Keywords: taste, price perception, location, purchasing decision

ABSTRAK

Jenis Penelitian ini memanfaatkan penelitian kuantitatif serta dalam mengambil data dengan menerapkan wawancara, pengamatan (observasi) serta kuesioner. Variabel Independent penelitian ini mencakup cita rasa, persepsi harga beserta lokasi sedangkan variabel dependent dalam penelitian ini yakni keputusan pembelian. Adapun sampel penelitian terdiri dari 50 orang yang membeli Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam yang pernah membeli langsung Berbahan Baku Sayur Olahan yaitu Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam. Dalam mengambil sampel menerapkan teknik simple random sampling atau metode pengambilan sampel acak dari populasi tanpa mempertimbangkan strata yang ada di dalamnya. Analisis data yang diterapkan yakni analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dengan uji t serta uji f. Hasil penelitian ini adalah variabel cita rasa (X1) tidak berpengaruh pada keputusan pembelian (Y) dengan perolehan nilai t hitung (1.833) < t tabel (2.014) dan nilai signifikansi (0.073) > 0.05. Variabel persepsi harga (X2) berpengaruh pada keputusan pembelian (Y) dengan perolehan nilai t hitung (2.118) < t tabel (2.014) dan nilai signifikansi (0.040) < 0.05. Variabel lokasi (X3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y) dengan perolehan nilai t hitung sebesar (3.077) > t tabel (2.014) dan nilai signifikansi (0.004) < 0.05. Hasil penelitian secara simultan diperoleh F hitung 8.322 > F tabel 2.80 dan nilai Signifikansi

$0.000 < 0.05$ mengartikan bahwasanya cita rasa (X_1), persepsi harga (X_2) dan lokasi (X_3) secara simultan berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian (Y) Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam.

Kata kunci : cita rasa, persepsi harga, lokasi, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) yang berfokus, dengan kuliner tradisional yakni usaha Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) yang memiliki peran dalam mendukung dan meningkatkan perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari pertumbuhan yang terus-menerus pada sektor UMKM menunjukkan bahwasanya peningkatan UMKM setiap tahunnya menjadi bukti konkret akan kontribusi positif UMKM terhadap perekonomian. Nuvitasari & Martiana (2019) Menurut Hasanah et al., (2022) pelaku usaha berusaha semaksimal mungkin untuk berinovasi serta kreatif dalam mewujudkan serta menumbuhkan barang yang hendak dijual selaras dengan keperluan pelanggan. UMKM dalam sektor kuliner tradisional, seperti usaha Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal), tidak hanya menciptakan keberlanjutan warisan budaya, tetapi juga memberikan dampak positif pada pertumbuhan ekonomi nasional melalui aspek pengembangan ekonomi lokal.

Makanan tradisional merupakan suatu olahan pangan yang asalnya dari bahan pokok dalam negeri serta umumnya dikonsumsi oleh penduduk lokal. Bumbu Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) ialah jenis sambal yang cukup populer di Indonesia khas Jawa yang terbuat dari kacang tanah. Kacang tanah yang diolah menjadi bumbu Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) ini masih eksis serta dijalankan tiap generasinya meski dengan teknik yang hampir tak serupa (Hasanah et al., 2023). Kacang tanah ialah satu di antara tipikal kacang yang kerap dimanfaatkan untuk jajanan maupun makanan berat. Kacang tanah sebagai bahan baku utama pembuatan bumbu Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) dan bisa diolah menjadi berbagai macam olahan makanan. Kacang tanah selayaknya bahan pokok yang kemudian dicampurkan dengan sejumlah rempah yang lain (Januariyani, 2018).

Tabel 1.1 Data Luas Panen, Produksi, dan Rata-Rata Produksi Kacang Tanah menurut Kabupaten/Kota

Kabupaten /Kota	Luas panen, produksi, dan rata-rata produksi kacang tanah menurut Kabupaten/Kota								
	Rata- rata Produksi (Kw/Ha)			Produksi (Ton)			Luas lahan (Ha)		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Sumatera Utara	12.72	14.07	13.82	5738.30	5485.00	5682.00	1278.00	3899.00	4111.00
Kota Medan	0.00	12.70	-	9.30	3.00	-	0.00	2.00	-

Sumber : Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara

Dari data tersebut, terlihat bahwasanya Sumatera Utara memiliki produksi kacang tanah yang cukup signifikan tiap tahunnya, meski rata-rata produksi sedikit berfluktuasi antara tahun 2020 hingga 2022. Di sisi lain, data produksi kacang tanah untuk Kota Medan pada tahun 2022 tidak tersedia, tetapi terdapat penurunan produksi dari tahun 2020 ke 2021.

Tabel 1.2 Jumlah UMKM Kuliner Kota Medan Tahun 2019-2021

No	Kecamatan	Tahun			Jumlah
		2019	2020	2021	
1	Medan Johor	63	81	73	217
2	Medan Denai	58	71	64	193
3	Medan Tuntungan	60	63	51	174

Sumber data : Dinas Koperasi Usaha Kecil, Menengah 2021

Pada tahun 2019, kecamatan Medan Johor memiliki jumlah 63, tahun 2020 meningkat menjadi 81, dan pada tahun 2021 turun menjadi 73, total 217. Kecamatan Medan Denai pada tahun 2019 memiliki jumlah 58, tahun 2020 naik menjadi 71, dan pada tahun 2021 kembali turun menjadi 64, total 193. Sementara itu, kecamatan Medan Tuntungan pada tahun 2019 memiliki jumlah 60, tahun 2020 naik menjadi 63, dan pada tahun 2021 turun menjadi 51, total 174. Sumber data berasal dari Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah tahun 2021.

BAHAN DAN METODE

Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di UMKM Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) "Bik Sungam" yang ada di Kelurahan Kemenangan Tani, Kecamatan Medan Tuntungan. Penelitian ini direncanakan akan dijalankan sepanjang periode 3 bulan, diawali dari bulan April 2024 hingga Juli 2024.

Populasi dan Sampel

Rumus Slovin

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber : Sugiyono (2018)

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Tingkat kesalahan (10%)

Dengan populasi yang berjumlah 500 konsumen dalam 1 bulan pembelian Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam, Hasil perhitungan menerapkan formula Slovin adalah guna mendapatkan total keseluruhan sampel.

$$n = \frac{500}{1 + 500 (0,1)^2} = 50$$

Dengan menggunakan perhitungan rumus Slovin, jumlah sampel yang diperlukan untuk penelitian ini adalah sebanyak 50 konsumen setiap bulannya yang melakukan pembelian di Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam.

Menurut Sugiyono (2018) ialah teknik simple random sampling atau teknik pengambilan sampel yang menerapkan metode simple random sampling dengan jumlah responden sebanyak 50. Simple random sampling merupakan cara dalam mengambil sampel acak dari populasi tanpa mempertimbangkan status yang terdapat di dalamnya. Data

dikumpulkan melalui angket yang tertulis lalu disebarakan kepada setiap konsumen Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian menggunakan wawancara, Observasi, Kuesioner yang diukur oleh skala likert dengan 5 opsi jawaban.

Tabel 3.6.3 Skor jawaban kuesioner berdasarkan skala likert.

No.	Pernyataan	Simbol	Nilai Skor
1.	Sangat Setuju	SS	5
2.	Setuju	S	4
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Tidak Setuju	TS	2
5.	Sangat Tidak Setuju	STS	1

Analisis Data

Data yang sudah dikumpulkan akan dianalisis dengan uji validitas, uji reabilitas, regresi linear berganda serta pengujian uji hipotesis dengan menerapkan program SPSS 24.0.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji responden yang berjumlah 50 konsumen, dapat diperoleh derajat bebas $N-2$ ($50-2 = 48$) untuk $df = 48$ dan nilai alpha 5% satu sisi. Diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,2787 nilai r_{tabel} selanjutnya digunakan sebagai kriteria validitas item-item kuesioner. Untuk dapat dinyatakan valid, koefisien korelasi total harus lebih besar 0,2787.

Hasil Reabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Cronbach Alpha Yang disyarat	Keterangan
Cita Rasa (X1)	0.604	< 0.60	Valid
Persepsi Harga (X2)	0.828	< 0.60	Valid
Lokasi (X3)	0.833	< 0.60	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0.836	< 0.60	Valid

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan nilai Alpha Cronbach >0.60, tabel diatas menunjukkan bahwasanya semua variabel penelitian adalah valid.

Uji Asumsi Klasik

Dalam hal peninjauan data dalam penelitian bersitribusi normal atau kebalikannya, diuji dengan Kolmogorov-Smirnov Test. Hipotesis dalam Kolmogorov-Smirnov Test yakni:

Tabel 4.10
Hasil Output Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test

Keterangan	N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig (2-tailed)
Unstandrized Residual Keputusan Pembelian Bik Sungam	50	0.098	0.200

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.10, terlihat bahwasanya nilai signifikansi uji normalitas residual yakni 0,200. Data yang demikian membuktikan bahwasanya $\text{Sig } 0,200 > 0,05 \alpha$, maka H_0 diterima, H_1 ditolak yang mengartikan tak terdapat perbedaan data dengan data yang menyebar normal, atau pada arti lainnya, data penelitian bisa menyebar dengan normal dan bebas dari persoalan normalitas.

Uji Multikolinieritas

Tabel 4.11.
Hasil Output Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.596	3.253		.491	.626		
	Cita Rasa	.289	.158	.227	1.833	.073	.917	1.091
	Persepsi Harga	.248	.117	.262	2.118	.040	.922	1.085
	Lokasi	.440	.143	.374	3.077	.004	.954	1.048

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

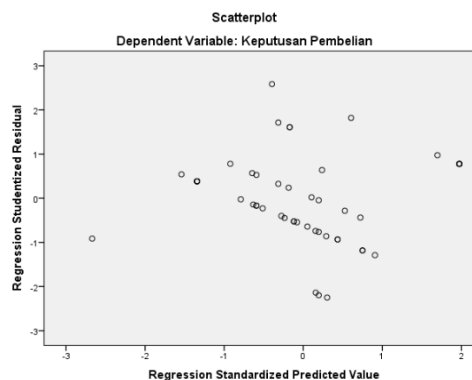
Sumber: Data primer (diolah), 2024

Berdasarkan pada tabel. 4.11, dapat dilihat bahwasanya nilai Tolerance seluruh variabel independent lebih besar dari 0,1 ($X_1 = 0.917 > 0,1$; $X_2 = 0,922 > 0,1$; $X_3 = 0,954 > 0,1$), sedangkan nilai VIF, ketiga nilai variabel independent tak melebihi 10 ($X_1 = 1,091 < 10$; $X_2 = 1,085 < 10$; $X_3 = 1,048 < 10$). VIF tak melebihi 10 serta nilai tolerance melebihi 0,1. Bisa diambil simpulan bahwasanyasanya tak terdapat persoalan multikolinieritas.

Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedasitas dikaji melalui penerapan Scatterplot model regresi berganda syarat agar terbebas dari persoalan heterokdastisitas ialah:

- Titik-titik data berdistribusi dibawah dan diatas atau sekitar angka 0
- Titik data tak menghimpun di titik tertentu.
- Menyebarnya titik tak menyerupai sebuah bentuk serta penyebaran datanya tak berbentuk.



Berdasarkan Scatterplot di atas tidak terjadinya heterokedastisitas karena titik data menyebar dibawah dan diatas atau sekitar angka 0, titik data tak berkumpul di sebuah titik serta menyebarnya titik tak menyerupai sebuah bentuk serta adanya pendistribusian titik data yang tak mempunyai bentuk.

Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.596	3.253		.491	.626
	Cita Rasa	.289	.158	.227	1.833	.073
	Persepsi Harga	.248	.117	.262	2.118	.040
	Lokasi	.440	.143	.374	3.077	.004

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber : Data diolah, 2024

$$Y = 1,589 + 0,289 X_1 + 0,248 X_2 + 0,440 X_3 + e$$

Tabel 4.13. Hasil Determinasi (R²)
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.593 ^a	.352	.310	1.464

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Persepsi Harga, Cita Rasa

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data Diolah, 2024

Berdasarkan pada tabel 4.13 diatas diketahui bahwasanya nilai koefisien determinasi (R²) mencapai 0,352 mengartikan bahwasanyasanya Variabel X₁, X₂ dan X₃ yang dilakukan secara bersamaan menunjukan pengaruh mencapai 35,2 % dan sisanya sebesar 64,2% disebabkan variabel lainnya yang tak dikaji.

Uji Hipotesis

Uji t (parsial)

Tabel. 4.14
Hasil Uji t (parsial)
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.596	3.253		.491	.626
	Cita Rasa	.289	.158	.227	1.833	.073
	Persepsi Harga	.248	.117	.262	2.118	.040
	Lokasi	.440	.143	.374	3.077	.004

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Sumber: Data diolah, 2024

Pengaruh Cita Rasa terhadap Keputusan Pembelian Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam Temuan uji statistik yang diadakan secara regresi linear berganda didapati nilai t hitung = 1,833. Dengan sebab demikian, t hitung < t tabel atau = 1,833 < 2,014 dan sig 0,073 > 0,05 dalam taraf kepercayaan 95% artinya H₁ diterima H₀ ditolak maksudnya secara parsial tak dijumpai dampak yang berarti antara cita rasa pada keputusan pembelian Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam hal ini disebabkan karena konsumen Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Bik Sungam tidak meragukan lagi cita rasa dari Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) yang sudah berdiri dari 18 tahun tersebut maka dari itu variabel cita rasa tidak berpengaruh kepada keputusan pembelian.

Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam Temuan uji statistik yang diadakan secara regresi linear berganda dalam tabulasi 4.14 didapati t hitung 2,118. Dengan sebab demikian, t hitung $> t$ tabel atau $2,118 > 2,014$ dan $\text{sig } 0,040 < 0,05$ dalam taraf kepercayaan 95% artinya H_1 diterima H_0 diterima maksudnya secara parsial ada dampak yang berarti antara persepsi harga pada keputusan pembelian Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam Temuan uji statistik yang dilaksanakan secara regresi linier berganda dalam tabulasi 4.14 didapati angka t hitung = 3, 077. Dengan sebab demikian, t hitung $> T$ tabel atau $3,077 > 2,014$ dan $\text{sig } 0,004 < 0,05$ dalam taraf kepercayaan 95% artinya H_1 diterima H_0 diterima maksudnya secara parsial ada dampak yang berarti antara lokasi pada keputusan pembelian Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam.

Cita rasa (X_1) tidak berdampak pada keputusan pembelian (Y) secara parsial. Nilai t hitung ($1,833 < t$ tabel ($2,014$)). Nilai signifikansi ($0,073 > 0,05$), maka H_1 ditolak dan H_0 diterima. Mengidentifikasi bahwasanya cita rasa (X_1) tidak berpengaruh pada keputusan pembelian (Y).

Persepsi harga (X_2) berdampak pada keputusan pembelian (Y) secara parsial. Nilai t hitung ($2,118 > t$ tabel ($2,014$)) nilai signifikansi $0,040 < 0,05$. Maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Mengidentifikasi bahwasanya persepsi harga (X_2) berdampak pada keputusan pembelian (Y).

Lokasi (X_3) berdampak pada keputusan pembelian (Y) Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam, Berdasarkan tanggapan responden, lokasi Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) bik sungam mendapatkan penilaian yang baik. Penilaian baik itu Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam dekat dengan keramaian lokasi menuju Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam mudah dijangkau dan tersedianya angkutan umum untuk menuju kesana sehingga memberikan peluang terkhususnya dipusat keramaian seperti lingkungan warga, sekolahan, kantor camat dan puskesmas dengan itu memberikan peluang besarterjadinya pembelian spontan atau pun berlanjut.

KESIMPULAN

Berlandaskan temuan kajian yang sudah dilaksanakan, bisa diambil simpulan bahwasanya, cita rasa tidak berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen terhadap Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam di Kelurahan Kemenangan Tani Kecamatan Medan Tuntungan. Persepsi Harga mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam di Kelurahan Kemenangan Tani Kecamatan Medan Tuntungan. Lokasi mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam di Kelurahan Kemenangan Tani Kecamatan Medan Tuntungan. Cita rasa, persepsi harga dan lokasi berdampak secara bersamaan pada keputusan pembelian Berbahan Baku Sayur Olah (Pecal) Bik Sungam di Kelurahan Kemenangan Tani Kecamatan Medan Tuntungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anassuri, K., Pramutoko, B., & Afrianto, D. (2023). Pengaruh Lokasi, Cita Rasa, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Sate Pak Eko Satak Kecamatan Puncu Kediri. *Populer: Jurnal Penelitian Mahasiswa*, 2(4), 73-85.
- Amelia, C. R. (2019). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Rumah Makan Warung Sidak Kota Batu). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Brawijaya*, 1-10.

- Badan Pusat Statistika Kota Medan. (2021). Jumlah UMKM Kota Medan Tahun 2018-2021. Retrieved from <https://medankota.bps.go.id/>
- Bima, B. (2019). Pengaruh Cita Rasa, Harga dan Promosi melalui media sosial terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Janji Jiwa Bekasi Timur. Skripsi.
- Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Sumatera Utara. Data Luas panen, produksi, dan rata-rata produksi kacang tanah menurut Kabupaten/Kota 2020-2022. Retrieved from <https://sumut.bps.go.id/indicator/53/155/1/luas-panen-produksi-dan-rata-rata-produksi-kacang-tanah-menurut-kabupaten-kota.html>
- Drummond, K. E., Brefere. L. M. 2010. Nutrition for Foodservice and Culinary Professional's, Seventh Edition. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Dwi, L., & Soebiantoro, U. (2022). Pengaruh Cita Rasa dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mie Ayam Yamin Gubeng Kertajaya Surabaya. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 1-10.
- Effendi, N. I., Mulyana, M., Apriani, A., Titing, A. S., Nugroho, H., Purnama, D., ... & Dewanthi, D. S. (2022). Strategi Pemasaran. *Global Eksekutif Teknologi*.
- Fauji, R., & Faddila, S. P. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Johar Futsal Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 5(2), 35-56.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi analisis multivariete dengan program IBM SPSS 23.
- Handayani, C. M. S., Wibowo, T. S., & Laksono, B. R. (2021). Promotion, Product Quality, Menu Diversity And Purchase Decisions Factors For Street Vendors In The New Normal Era. *International Journal of Economics, Business and Accounting Research (IJEBAR)*, 5(4).
- Harwani, Y. , dan Fauziyah, F. (2020). Pembelian konsumen di restoran cepat saji Berdasarkan kualitas produk, persepsi harga, dan iklan. *Jurnal Administrasi Bisnis, Komunikasi dan Ilmu Sosial (BECOSS)*, 2(3), 285.
- Hasanah, U., Puspasari, I. D., & Paramitha, D. A. (2022). Pengaruh Pengemasan Produk, Harga Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Pada Ud. Sambel Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) "Karomah" Di Desa Jatirejo (Doctoral dissertation, Universitas Nusantara PGRI Kediri).
- Hasanah, U. A., Tapu, W., Hasta, N., & Hikrawati, H. (2023). Pengolahan Kacang Tanah Menjadi Sambal Berbahan Baku Sayur Olahan (Pecal) Instan Sebagai Makanan Tambahan Untuk Paud. *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 2741-2748.
- Imantoro, F., Suharyono, & Sunarti. (2018). Pengaruh Citra Merek, Iklan, dan Cita Rasa Terhadap Keputusan Pembelian ((Survei Terhadap Konsumen Mi Instan Merek Indomie di Wilayah Um Al-Hamam Riyadh). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 180-187.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat di Kabupaten Sumbawa: Indonesia. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27-34.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Limpo, L., Rahim, A., & Hamzah, H. (2018). Effect of product quality, price, and promotion to purchase decision. *International Journal on Advanced Science, Education, and Religion*, 1(1), 9-22.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 57-68.
- Montolalu, N. A., Tumbel, T. M., & Walangitan, O. F. (2021). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Skincare Scarlett Whitening pada Platform Digital. *Productivity*, 2(4), 272-275.

- Nikmah, M., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Diferensiasi Untuk Menciptakan Keunggulan Kompetitif Pada UMKM Catering Pawon Gusti Desa Surondakan Kecamatan Trenggalek Kabupaten Trenggalek. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Madani*, 4(1), 66-82.
- Nuvtasari, A., & Martiana, N. (2019). Implementasi SAK EMKM sebagai dasar penyusunan laporan keuangan usaha mikro kecil dan menengah (UMKM). *International Journal of Social Science and Business*, 3(3), 341-347.
- Pardede, R., & Haryadi, T. Y. (2017). Pengaruh persepsi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen yang dimediasi kepuasan konsumen. *Journal of Business & Applied Management*, 10(1).
- Sari, F. N., & Mulyani, I. D. (2021). Pengaruh rasa dan harga terhadap keputusan pembelian kerupuk udang Sinar Jaya Kaligangsa Brebes. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen (JECMA)*, 3(2), 19-27.
- Sinabariba, F. M., Prasmatiw, F. E., & Situmorang, S. (2014). Analisis efisiensi produksi dan pendapatan usahatani kacang tanah di Kecamatan Terbanggi Besar Kabupaten Lampung Tengah. *Jurnal Ilmu-Ilmu Agribisnis*, 2(4), 316-322.
- Siregar, A. H., Ritonga, Z., Hasibuan, D., & Labuhanbatu, U. (2021). 131-Article Text- 462-1-10-20210205. 3(1), 22–33.
- Sitorus, O. F., & Utami, N. (2017). Strategi promosi pemasaran. *Fkip Uhamka*, 1-309.
- Soliha, E., & Fatmawati, N. (2017). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap proses keputusan pembelian konsumen sepeda motor matic “Honda.”. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan| Journal of Theory and Applied Management*, 10(1), 1-20.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung. Alfabeta, CV.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta, CV.
- Suherman, A. W., & Hongdiyanto, C. (2020). Pengaruh Promosi, Cita Rasa, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Milkmo. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, 5(3), 233-241.
- Syahza, A. (2005). Paradigma baru: Pemasaran produk pertanian berbasis agribisnis di wilayah Riau. *Jurnal Ekonomi*, TH. VIII/01/Juli/2003, PPD&I Fakultas Ekonomi, Universitas Tarumanagara, Jakarta.
- Tjiptono, Fandi. 2016, *Manajemen Jasa*, Yogyakarta.
- Wardani, W. S., Sumarsid, S., Jayadi, J., Kartikaningsih, D., Yani, A., & Simanjuntak, R. (2022). Analisa pengaruh Marketing Mix dan perilaku konsumen setelah Covid-19 terhadap keputusan Impulse Buying pada Miniso Cabang Mall Ciputra Jakarta. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 5(5), 2518-2527.