

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

### Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian pada Blackbeans di Kecamatan Stabat

Oleh:

Nadia Ika Purmana<sup>1</sup>, Aljidan Randy Araska<sup>2</sup>, Seprida Hanum<sup>3</sup>

Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Email : [nadiaika@umsu.ac.id](mailto:nadiaika@umsu.ac.id)

#### ABSTRACT

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis linear berganda. Adapun hasil penelitian menunjukkan Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat. Secara parsial Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat. Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,434, hasil ini memiliki arti bahwa 43,4% variabel Keputusan Pembelian dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Produk, Citra Merek dan sedangkan sisanya sebesar 56,6% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti.

**Kata Kunci** : Kualitas Produk, Citra Merek, Keputusan Pembelian

#### PENDAHULUAN

Di zaman sekarang ini, persaingan bisnis di berbagai sektor terus bermunculan. Semakin ramainya pelaku usaha pada sektor tersebut, membuat setiap Perusahaan terus berlomba-lomba untuk terus memenangkan persaingan pasar yang begitu ketat. Sama halnya di sektor lain, di sektor industri kopi juga terus bermunculan pelaku baru atau merek baru yang terus meramaikan sektor industri ini. Dimana pada saat ini, minum kopi bukan lagi sebagai gaya hidup saja, akan tetapi sudah menjadi kebutuhan hidup. Menurut laporan Statistik Indonesia 2023 dari Badan Pusat Statistik (BPS), produksi kopi Indonesia mencapai 794,8 ribu ton pada tahun 2022, meningkat 1,1% dibanding tahun sebelumnya (Year-on-year/yoy). Tren meningkatnya produksi kopi ini konsisten sejak tahun 2020. Hal ini juga menandakan bahwasannya permintaan akan sebuah kopi atau olahan kopi terus meningkat tiap tahunnya, tak heran jika kita lihat industri kopi di Indonesia terus bertumbuh.

Selain menjual biji kopi, Perusahaan juga menjual membuka kedai mereka sendiri dan memasarkan kopi siap minum di gerai mereka. Seperti Starbuck Coffee, Maxx Coffee, dan lain lain. Starbuck Coffee adalah sebuah merek dagang terkenal yang sudah lebih dulu meramaikan industri kopi yang menyediakan kopi siap minum di gerai mereka. Kopi siap minum atau ready-to- drink (RTD) menjadi salah satu minuman yang cukup digemari oleh masyarakat Indonesia. Selain karena rasanya yang enak, juga biasanya mereka dapat dijumpai di mana saja. Dan juga Perusahaan kopi membuka gerai-gerai yang dapat menikmati minuman kopi siap minum ditempat. Euromonitor adalah penyedia terkemuka dunia intelegensi bisnis global dan analisis pasar strategi yang sudah 40 tahun menerbitkan laporan pasar internasional dan database online mengenai pasar konsumen. Berdasarkan data Euromonitor, volume penjualan kopi siap minum di Indonesia diperkirakan sebanyak 225 juta liter pada tahun 2022. Tentu jumlah ini meningkat sebanyak 3,2% dibandingkan tahun sebelumnya. Melihat trennya,

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

volume penjualan kopi siap minum terus meningkat sejak 2015 hingga 2019. Namun, angka tersebut sempat turun pada 2020 diakibatkan pandemic covid-

19. Dan dua tahun setelahnya, volume tersebut kembali meningkat. Penjualan kopi siap minum pun diperkirakan akan pulih pada tahun 2023. Permintaan akan minuman kopi ini ditandai dengan semakin banyaknya usaha kedai kopi (Coffee Shop) yang bermunculan serta merek biji kopi yang semakin banyak di hampir seluruh kota di Indonesia. Sama seperti kota lainnya yang ada di Indonesia, Kecamatan Stabat juga mengalami pertumbuhan industri kopi atau kedai-kedai kopi yang semakin bermunculan dengan konsepnya masing masing, Dari yang menyediakan berbagai menu kopi hingga varian non kopi. Dari yang menjual biji kopi hingga yang sudah memproduksi kopi siap minum. Di Kecamatan Stabat sendiri yang notabenehnya adalah ibukota Kabupaten Langkat banyak sekali bermunculan usaha kedai kopi yang menyajikan minuman kopi siap minum serta menjual biji kopinya, yang mana hal ini akan membuat persaingan antar usaha semakin ketat. Pelaku bisnis di paksa untuk terus berinovasi untuk memenangkan persaingan pasar melalui strategi strategi bisnis mereka sendiri seperti mendesain bangunan kedai yang estetik agar kesan industrial kekinian, ada juga yang memasang promo-promo serta aktif di media sosial. Akan tetapi, ada salah satu kedai kopi di Kecamatan Stabat yang hanya menyajikan minuman olahan kopi siap minum dan biji kopi ditengah persaingan menu yang menghadirkan minuman non kopi, yaitu Blackbeans. Walaupun hanya menyediakan pilihan menu kopi, mereka percaya terhadap kekuatan kedai serta produk mereka untuk memenangkan persaingan pasar. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Olson, 2013). Ada berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk atau jasa, biasanya konsumen akan memilih kualitas produk tersebut, harga produk serta akan memilih produk yang sudah ramah ditelinga masyarakat. Blackbeans adalah salah satu merek yang menjual minuman kopi dan biji kopi yang ikut meramaikan industri kopi di kec. Stabat. Blackbeans sendiri membuka gerai pertamanya pada tahun 2015, pada saat itu gerai pertama Blackbeans berada di Takengon, Aceh. Saat ini ada lebih dari 15 gerai cabang Blackbeans yang tersebar di 2 provinsi yaitu Aceh dan Sumatera utara, 3 diantaranya berada di Stabat yang mana 2 gerai milik Blackbeans itu sendiri dan 1 gerai lagi hasil dari francise. Hal ini tentu membuat konsumen lebih mudah membeli produk kopi Blackbeans. Setiap keputusan pembelian, ada hal-hal yang menjadi faktor konsumen akan membeli produk tersebut, seperti kualitas produk dan citra merek. Kualitas produk memiliki peran penting, karena calon pelanggan akan mempertimbangkan keputusannya saat melihat kualitas produk tersebut. Selain itu citra merek juga tak kalah memiliki peran penting yaitu sebagai pandangan calon pelanggan melihat pandangnya

### TINJAUAN PUSTAKA

Sebelum melakukan transaksi, keputusan pembelian adalah tahapan yang harus dilalui oleh calon konsumen untuk menentukan atau memutuskan untuk membeli atau tidak sebuah produk. Keputusan pembelian hal yang penting bagi seorang calon konsumen, karena keputusan pembelian dapat diartikan sebuah proses awal pengenalan masalah, pengevaluasian masalah serta memutuskan produk mana yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan konsumen sehari-hari. Keputusan pembelian adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Olson, 2013). Perilaku pembelian konsumen pada dasarnya merupakan proses memilih, membeli, dan menggunakan produk untuk memenuhi kebutuhan

# JURNAL AKMAMI

---

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu memantau perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku konsumen tersebut untuk memperbaiki strategi pemasarannya (Farisi, 2018b). Dalam beberapa hal, perilaku pembelian konsumen dapat dipengaruhi banyak hal dan tidak selalu konsumen membeli produk sesuai untuk memenuhi kebutuhannya. Ada halnya konsumen membeli suatu produk berdasarkan keinginan atau trend masa kini. Berdasarkan beberapa pernyataan diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian ialah suatu proses pengintegrasian mengkombinasikan pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih produk- produk yang ditawarkan dan memilih salah satu diantaranya. Keputusan pembelian merupakan realisasi dari perencanaan dan pertimbangan yang mendalam dalam memilih suatu produk yang melibatkan pemecahan masalah kompleks tentang merek, produk, lokasi membeli, waktu membeli.

### **Kualitas Produk**

Produk ada sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen (Andriany, 2015). Produk bisa dikatakan sebuah kombinasi yang dijadikan satu yang dapat menimbulkan daya tarik, kombinasi tersebut meliputi pilihan mode warna produk, desain produk, logo produk, kemasan, ukuran serta kegunaan produk. Menurut (P. Kotler & Keller, 2016b) bahwa kualitas produk merupakan suatu kemampuan produk dalam melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang diperoleh dengan secara keseluruhan. Perusahaan harus selalu meningkatkan kualitas produk atau jasanya karena peningkatan kualitas produk dapat membuat pelanggan merasa puas dengan produk atau jasa yang diberikan dan akan mempengaruhi pelanggan untuk membeli kembali produk tersebut secara berulang-ulang. Produk dikatakan sebagai apa saja yang dapat ditawarkan oleh produsen kepada konsumen atau pasar untuk dapat dikonsumsi agar dapat memenuhi kebutuhannya dengan cara memberikan sejumlah uang (Daulay, R., & Manaf, 2017). Kualitas produk itu sendiri dapat didefinisikan sebagai sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk dimiliki dan dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhannya itu sendiri, konsumen akan menyukai produk yang menawarkan kualitas dan inovatif yang terbaik. Kualitas produk mengambil andil dalam penawaran produk dan mempengaruhi pengambilan keputusan bagi para calon konsumen karena dapat meninggalkan kesan yang baik. Menurut (Tirtayasa, S., & Erwanto, 2021) berpendapat bahwasannya Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas produk (product quality) adalah keseluruhan ciri serta sifat barang dan jasa yang berpengaruh pada kemampuan dalam memenuhi kebutuhan serta keinginan yang dinyatakan maupun yang tersirat, yang dilakukan secara langsung atau tatap muka antarpenjual dengan calon konsumen dalam proses memperkenalkan produk, proses penyampaian informasi kepada konsumen dan membuju mereka agar membeli produk melalui komunikasi pribadi (Purnama, N. I., & Rialdy, 2019). Menurut (Arianty, 2015) kualitas produk adalah sejauh mana ataupun seberapa besar tingkat kelayakan suatu produk atau jasa.

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

### Citra Merek

Citra mempersentasikan persepsi yang dapat merefleksikan kenyataan yang objektif atau tidaknya suatu produk. Citra yang terbentuk dari persepsi inilah yang mendasari keputusan pembelian bahkan loyalitas merek (Brand loyalty) dari konsumen. Merek bukan sesuatu hal yang dibentuk dipabrik melainkan sesuatu yang dibentuk ayau diciptakan dalam pikiran konsumen melalui pemasaran secara utuh. Brand atau merek merupakan suatu yang penting didalam meningkatkan minat beli didalam masyarakat (Purnama, N. I., Fahmi, M., Arif, M., & Farisi, 2020). Penciptaan merek memiliki tujuan untuk dapat memberikan sesuatu yang menarik dibandingkan para pesaing. Pada saat sebuah individu memikirkan atau membayangkan sebuah produk, mereka.

### METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, pendekatan yang digunakan ialah pendekatan kuantitatif. Maka hal ini selaras seperti yang di kemukakan oleh (Sugiyono, 2017) yang mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sample tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian analisis dan bersifat kuantitatif statistic dengan tujuan untuk mengaju hipotesis yang telah ditetapkan. Penelitian ini bertempat pada gerai cabang Blackbeans Koffie yang berada di Kecamatan Stabat. Blackbeans Koffie sendiri memiliki 3 (tiga) gerai cabang di Kecamatan Stabat. Sedangkan sample pada penelitian ini berjumlah 95 reponden. Teknik analisis data yang digunakan yaitu SPSS. Uji Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan Teknik angket atau menyebarkan kuisioner dan uji validitas. Teknik analisi data dalam penelitian ini menggunakan uji regresi linear berganda dan koefisien berganda. Asumsi klasik yang terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas. Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F), dan Koefisien Determinan. Dimana untuk variabel Keputusan Pembelian (Y) adalah 6 Pertanyaan, variabel Kualitas Produk (X1) adalah 10 pertanyaan, dan variabel Citra Merek (X2).

### DISKUSI

#### Uji t (Uji Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	8,829	3,238		2,727	,008
Kualitas Produk	,226	,064	,332	3,534	,001
Citra Merek	,442	,148	,280	2,979	,004

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

### **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai thitung sebesar 3,354 sementara ttabel 1,985 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0.001 < 0.05$  atau thitung  $3,354 < ttabel 1,985$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak (Ha diterima), hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Artinya semakin tinggi Kualitas Produk seseorang maka akan meningkat Keputusan Pembeliannya. Kualitas produk yang baik merupakan harapan konsumen yang harus dipenuhi, karena kualitas produk yang baik merupakan kunci perkembangan produktivitas perusahaan (Fure, 2015). Dari pernyataan ahli diatas, dapat dikatakan bahwasannya jika suatu perusahaan memasarkan produk yang berkualitas dapat memberikan efek ke perusahaan tersebut dengan peningkatan penjualan atau bisa dikatakan bahwa produk yang ditawarkan disukai oleh konsumen. Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh (Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, 2021), (Astuti & Abdullah, 2017), (Gultom, 2017), (Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, 2021), (Arianty et al., 2021), (Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, 2021), (Fahmi, 2017), (Farisi, 2018), (Lubis, 2015), (Daulay, 2012), menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh juga terhadap keputusan pembelian. Penelitian tersebut menunjukkan semakin tinggi kualitas produk maka akan mempengaruhi keputusan pembelian..

### **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian**

Dari tabel uji-t diatas dapat dipahami bahwa pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian diperoleh nilai thitung sebesar 2,979 sementara ttabel 1,985 dan mempunyai angka signifikan sebesar  $0.004 < 0.05$  atau thitung  $2,979 > ttabel 1,985$ . Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak (Ha diterima), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian. Era sekarang, merek digunakan sebagai sarana identifikasi sumber produk. Perusahaan harus mempunyai citra merek yang baik sehingga berdampak terhadap konsumen dalam memilih produk yang akan dibeli. Citra merek menjadi satu bagian bagi perusahaan untuk menunjang produknya diminati atau tidak oleh konsumen. Pada dasarnya, masih banyak konsumen yang hanya mementingkan citra merek suatu produk tanpa harus mengetahui bagaimana kualitas produk yang di tawarkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nasution, 2018), (Farisi, 2018), (Arif, M., Willy, Y., & Sirait, 2021), (Nasution, 2018), (Tobing, R. P. & Bismala, 2015) menemukan bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

### **Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian**

Hasil temuan penelitian bahwa terdapat pengaruh Kualitas Produk, perceived usefilness dan terhadap Keputusan Pembelian. Dengan nilai Fhitung  $13,798 > Ftabel 2,33$  bahwa ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Produk, Citra Merek dan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat, artinya  $H_0$  ditolak dikarenakan Fhitung  $> Ftabel$ . Kualitas produk dan citra merek tidak akan dapat dipisahkan apabila saat ini kita sedang membahas tentang keputusan pembelian, hal ini dikarenakan kedua variabel tersebut berkaitan antara satu dengan yang lain. Jika sebuah produk memiliki kualitas produk yang bagus serta juga diikuti dengan citra merek yang baik dan positif, maka keputusan pembelian juga akan ikut meningkat. Dari hasil penelitian

# JURNAL AKMAMI

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

**Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),**

**url:** <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

terdahulu (Fatmaningrum, 2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fungsida Pt. Bayer Cropscience Pada Para Petani Di Kecamatan Rawamerta” mengatakan bahwa Pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan citra merek terhadap keputusan pembelian sebesar 0,639 atau 63,9%. Dalam pengujian hipotesis diketahui terdapat pengaruh positif dan signifikan. Berdasarkan hasil dari hasil penelitian terdahulu mengungkapkan bahwa kualitas produk, citra merek sangat berpengaruh kepada keputusan pembelian konsumen

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya, maka dapat peneliti simpulkan bahwa: 1) Secara parsial Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat 2). Secara parsial Citra Merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat. 3). Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek pada Pelanggan Blackbeans di Kecamatan Stabat.

### DAFTAR PUSTAKA

- Ahsan, D. S. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Yakult. Universitas Trilogi.
- Andreas, C., & Yuniati, T. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 5(5), 5–7.
- Andriany, D. (2015). *Perencanaan Bisnis*. UMSU Press.
- Arianty, N. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen handphone samsung. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16(2), 68–81.
- Arianty, N., & Gunawan, A., (2021). Dampak Harga Terhadap Minat Beli Dengan Kualitas Produk Sebagai Variabel Intervening pada UMKM ikan lele di Desa Purwodadi Kecamatan Pagar Merbau Kabupaten Deli Serdang. *Proceeding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 2(1), 60–74.
- Arif, M., Yusnandar, W. & Sirait, A. W. (2021). Pengaruh Publik Figur, Citra Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Di Kota Medan. *Jurnal Salman (Sosial Dan Manajemen)*, 2(1), 11–18.
- Astuti, R., Ardila, I., & Lubis, R. R. (2021). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu MAKMAMI, *Jurnalerek Converse. Jurnal AKMAMI*, 2(1), 204–211.
- Astuti, R., & Abdullah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian di Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Ilman : Jurnal Ilmu Manajemen*, 5(2), 14–23.
- Daulay, R., & Manaf, A. A. (2017). *Strategi & Workshop Kewirausahaan*. Lembaga Penelitian Dan Penulisan Ilmiah Aqli
- Daulay, R. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Bagi Hasil Terhadap Keputusan Menabung Nasabah Pada Bank Mandiri Syariah Di Kota Medan. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis*, 12(1), 1–15.
- Fahmi, M. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Surat Kabar Tribun Medan. *Jurnal Ilmiah Maksitek*, 1(1), 1–11.

# JURNAL AKMAMI

---

## AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

**Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)**

**url:** <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 5 No 1 2024 hal 130-136

- Farisi, S. (2018). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Adidas Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Prosiding: The National Conferences Management and Business (NCMAB) "Pemberdayaan dan Penguatan Daya Saing Bisnis dalam Era Digital". 689–705.
- M. A. (2018a). Pemasaran Dasar dan Konsep. Pasuruan: CV Budi Utama. Budi Utama.
- Fransisca, P. M. (2013). Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen KFC Kawi Malang). *Administrasi Bisnis*, 3(2), 15.
- Fure. (2015). Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di JCO Manado. *EMBA*, 3(1), 367–377.
- Gultom, D. K. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Handphone Blackberry Pada Mahasiswa