

Pengaruh Kualitas Dan Harga Produk Lokal Madura Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee

¹Faisal Basri, ²Manah Tarman, ³Subandy Widjaya

STKIP PGRI BANGKALAN

faisalbasri0302@gmail.com Manahtarman@stkip PGRI-bkl.ac.id

subandywidjajastkipbkl@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to examine and analyze the effect of the quality and price of local Madura products on purchasing decisions at the Shopee marketplace in Bangkalan city. This research is a type of quantitative research where this research was carried out in the city of Bangkalan, The research time was carried out for approximately one month, from December 2021 - January 2022. The population of this study were consumers of the Authentic Madura online store in Binoh Village, Burneh District, Bangkalan Regency as many as 110 Shopee marketplace users. The sample in this study was taken using a simple random sampling technique with a total of 50 Shopee users. The data in this study were collected using a questionnaire. The independent variable in this study is the decision to purchase local Madura products, , while the dependent variable in this study is the quality of the product and the price of local Madura products. And in this study using multiple linear regression data analysis method. The results of this study indicate that: (1) there is a positive influence on the quality of local Madura gendar fish paste products and crackers on purchasing decisions in the Shopee marketplace (2) there is a positive influence on the price of Madura local gendar fish and cracker products on purchasing decisions in the Shopee marketplace (3) There is a simultaneous influence of the quality and price of the local Madura gendar fish paste and cracker products on purchasing decisions on the Shopee marketplace.

Keywords: Quality, Price, and Purchase Decision.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas dan harga produk lokal madura terhadap keputusan pembelian di marketplace shopee kota bangkalan. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dimana penelitian ini dilakukan di Kota Bangkalan, Waktu penelitian dilakukan selama kurang lebih satu bulan yaitu dari bulan Desember 2021 – Januari 2022. Populasi penelitian ini adalah konsumen Otentik Madura online. store di Desa Binoh, Kecamatan Burneh, Kabupaten Bangkalan sebanyak 110 pengguna marketplace Shopee. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik simple random sampling dengan jumlah pengguna Shopee sebanyak 50 orang. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian produk lokal Madura, sedangkan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kualitas produk dan harga produk lokal Madura. Dan dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) terdapat pengaruh positif kualitas produk terasi dan kerupuk ikan gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee (2) terdapat pengaruh positif terhadap harga gendar lokal Madura produk ikan dan kerupuk terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee (3) Terdapat pengaruh secara simultan kualitas dan harga produk terasi dan kerupuk ikan gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian di marketplace Shopee.

Kata Kunci : Kualitas, Harga, dan Keputusan Pembelian.

PENDAHULUAN

Pada masa globalisasi dan digitalisasi seperti saat ini perkembangan teknologi dan informasi amat sangat cepat, hal tersebut menimbulkan sebuah persaingan usaha dan bisnis yang semakin kuat. Fenomena ini menyebabkan para produsen produk lokal Madura lebih giat dalam berinovasi dan berfikir kreatif untuk menghadapi perubahan yang terjadi. Hal penting yang seharusnya dilakukan oleh wirausahawan Madura agar mendapat keberhasilan dalam sebuah persaingan usaha dan bisnis adalah berusaha untuk membangun strategi agar mencapai tujuan untuk mempertahankan dan meningkatkan konsumen. Demi tercapainya tujuan tersebut, setiap wirausahawan Madura harus berupaya dengan baik dalam menciptakan sebuah barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan konsumen. Hal tersebut diiringi dengan timbulnya berbagai kemajuan dalam pelayanan yang membantu masyarakat. Salah satu hasil dari perkembangan digital adalah Marketplace, Marketplace diartikan sebagai media online berbasis internet sebuah wadah yang berisi kegiatan bisnis dan transaksi jual beli antara pembeli dan penjual. Permasalahan pada penelitian ini: 1) Apakah ada pengaruh kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. 2) Apakah ada pengaruh harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee 3) Apakah ada pengaruh secara simultan antara kualitas dan harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian marketplace Shopee, untuk mengetahui pengaruh harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian marketplace Shopee, dan untuk mengetahui pengaruh kualitas dan harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee. Manfaatnya agar Dapat dijadikan masukan dan bahan koreksi bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan pelayanannya kepada konsumen sehingga dapat dijadikan upaya untuk meningkatkan performanya, dapat menambah pengetahuan mengenai kualitas layanan serta kepuasan konsumen dan mengaplikasikan ilmu yang selama ini diperoleh dari perkuliahan, dan diharapkan dapat menjadi sarana informasi dan referensi dalam pengembangan kualitas dan harga bagi peneliti selanjutnya yang tertarik untuk meneliti tentang kualitas dan harga produk lokal Madura.

LANDASAN TEORI

Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan sebuah landasan penting yang perlu diusahakan oleh setiap perusahaan jika ingin barang dan jasanya dapat bersaing di pasar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Suatu hal utama yang perlu dilihat dan diperhatikan oleh setiap perusahaan jika mengharapkan barang yang diproduksi dapat bersaing di pasaran. Keinginan mayoritas konsumen ialah mendapat produk yang berkualitas. Bila kualitas produk tersebut dapat dipenuhi oleh perusahaan, maka kepuasan para konsumen serta pertambahan jumlah konsumen akan didapatkan oleh perusahaan.

Harga Produk

Menurut Kotler dan Armstrong, (2012). Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu barang atau jasa, dapat dikatakan juga sebagai jumlah dari nilai tukar yang dilakukan konsumen terhadap manfaat-manfaat sebab menggunakan barang atau jasa tersebut. Harga dapat menjadi indikator yang sangat penting dan keputusan pembelian bagi konsumen. Konsumen akan membuat sebuah perbandingan harga dari barang yang mereka minati kemudian melakukan evaluasi untuk mempertimbangkan apakah harga produk tersebut setara atau tidak dengan manfaat produk serta banyak uang yang perlu dikeluarkan. Secara umum harga merupakan hal yang telah diperlakukan sebagai penentu utama pembelian.

Keputusan pembelian

Menurut (Maulana & Asra, 2019:162) keputusan pembelian adalah sebuah tindakan atau sikap konsumen perihal keputusan dalam melakukan suatu pembelian atau transaksi, sedikit banyaknya jumlah konsumen dalam pengambilan keputusan menjadi salah satu tolak ukur terwujud atau tidaknya tujuan perusahaan. keputusan pembelian merupakan ukuran penentu dalam pengambilan keputusan guna setidaknya dua keputusan penentuan pembelian barang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Sebuah keputusan konsumen dapat dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process, pengaruh tersebutlah membentuk sebuah sikap seorang konsumen untuk mengelola seluruh informasi dan membuat kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Deskripsi Data Statistik

Pada penelitian ini akan menjelaskan atau mendeskripsikan data yang dimiliki oleh responden berdasarkan data yang ada dilapangan, dengan membagikan kuesioner pada pengikut toko online Otentik Madura pada marketplace Shopee sebanyak 50 responden. Pada penelitian ini memiliki beberapa karakteristik responden yaitu jenis kelamin dan usia. Hasil perolehan data didalam penelitian ini menggunakan SPSS versi 23.

Deskripsi Karakteristik Responden

Pada penelitian ini digunakan sebagai gambaran terhadap responden, berikut ini adalah hasil distribusi responden berdasarkan usia:

Tabel 1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

KATEGORI	FREKUENSI	PERSENTASE
17-21	22	44%
22-26	23	46%
27-30	5	1%
Total Responden	50	100%

Dari table 4.1 menjelaskan bahwa responden berusia 17-21 tahun sebanyak 22 orang (44,0%), responden berusia 22-26 tahun sebanyak 23 orang (46,0%), dan responden berusia 27-30 tahun sebanyak 5 orang (1,0%). Dalam hal ini dapat

dinyatakan bahwa konsumen toko online Otentik Madura pada marketplace Shopee yang dijadikan responden oleh peneliti mayoritas berusia 17-26 tahun (99,0%) .

Tabel 2
Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-laki	19	38%
Perempuan	31	62%
Total	50	100%

Dari tabel 4.2 menjelaskan bahwa responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 19 orang (38,0%), responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 31 orang (62,0%). Dalam hal ini dapat dinyatakan bahwa konsumen toko online Otentik Madura pada marketplace Shopee yang dijadikan responden oleh peneliti rata-rata berjenis kelamin perempuan (62,0%)

Hasil Uji Statistik

Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Uji validitas dalam variabel ini tentang kualitas produk penelitian kuesioner yang di gunakan oleh peneliti sebanyak 50 responden dengan r tabel 0,278 dengan tingkat signifikan 0,05.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X1)

Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
X1_1	0,759	0,278	Valid
X1_2	0,853	0,278	Valid
X1_3	0,718	0,278	Valid
X1_4	0,801	0,278	Valid
X1_5	0,829	0,278	Valid
X1_6	0,779	0,278	Valid
X1_7	0,697	0,278	Valid
X1_8	0,773	0,278	Valid
X1_9	0,733	0,278	Valid
X1_10	0,788	0,278	Valid
X1_11	0,604	0,278	Valid
X1_12	0,715	0,278	Valid
X1_13	0,442	0,278	Valid
X1_14	0,759	0,278	Valid
X1_15	0,853	0,278	Valid
X1_16	0,718	0,278	Valid
X1_17	0,801	0,278	Valid

Berdasarkan table 4.3 Menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang ada pada variabel kualitas produk memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga pernyataan-

pernyataan yang terdapat pada kuesioner kualitas produk bisa dinyatakan valid dan telah layak untuk pengukuran variabel penelitian.

Uji Validitas Kualitas Produk (X2)

Uji validitas dalam variabel ini tentang kualitas produk penelitian kuesioner yang di gunakan oleh peneliti sebanyak 50 responden dengan r tabel 0,278 dengan tingkat signifikan 0,05.

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Harga Produk (X2)

Indikator	r hitung	r table	Keterangan
X2_1	0,708	0,278	Valid
X2_2	0,656	0,278	Valid
X2_3	0,636	0,278	Valid
X2_4	0,646	0,278	Valid
X2_5	0,701	0,278	Valid
X2_6	0,624	0,278	Valid
X2_7	0,708	0,278	Valid
X2_8	0,640	0,278	Valid
X2_9	0,612	0,278	Valid
X2_10	0,647	0,278	Valid
X2_11	0,517	0,278	Valid
X2_12	0,569	0,278	Valid

Berdasarkan table 4.4 Menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang ada pada variabel harga produk memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner harga produk bisa dinyatakan valid dan telah layak untuk pengukuran variabel penelitian.

Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Uji validitas dalam variabel ini tentang kualitas produk penelitian kuesioner yang di gunakan oleh peneliti sebanyak 50 responden dengan r tabel 0,278 dengan tingkat signifikan 0,05.

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Indikator	r hitung	r table	Keterangan
Y1_1	0,550	0,278	Valid
Y1_2	0,708	0,278	Valid
Y1_3	0,832	0,278	Valid
Y1_4	0,777	0,278	Valid
Y1_5	0,436	0,278	Valid
Y1_6	0,656	0,278	Valid

Y1_7	0,636	0,278	Valid
Y1_8	0,646	0,278	Valid
Y1_9	0,777	0,278	Valid

Berdasarkan table 4.5 Menunjukkan bahwa pernyataan-pernyataan yang ada pada variabel keputusan pembelian memiliki nilai r hitung $>$ r tabel. Sehingga pernyataan-pernyataan yang terdapat pada kuesioner keputusan pembelian bisa dinyatakan valid dan telah layak untuk pengukuran variabel penelitian.

Uji Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengukur kekuatan hubungan linier antara dua variabel. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda yang didapatkan dari olah data menggunakan program SPSS versi 23.

Tabel 4.9
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,918	1,698		2,308	,025
1 KUALITAS PRODUK	,228	,030	,539	7,658	,000
1 HARGA PRODUK	,368	,053	,487	6,919	,000

Berdasarkan tabel 4.9 persamaan regresi linier berganda dapat dikutip sebagai berikut:

$$Y = 0,1698 + 0,30 X_1 + 0,53 X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = Harga Produk

b₁, b₂, b₃ = koefisien regresi linier berganda

Persamaan regresi linier berganda digambarkan oleh peneliti sebagai berikut:

b₁ = Nilai 0,30 ini diartikan jika kualitas produk (X₁) naik satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,330 satuan dengan asumsi variabel lain konstanta.

b₂ = Nilai 0,53 ini diartikan jika harga produk (X₂) naik satu satuan, maka keputusan pembelian (Y) akan naik 0,553 satuan dengan asumsi variabel lain konstanta.

Uji Hipotesis

Uji T (Parsial)

Pengujian ini dilakukan untuk menentukan signifikansi parsial peran variabel independen terhadap variabel dependen dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya dianggap konstan. Berikut adalah hasil uji yang didapatkan oleh peneliti:

Tabel 4.10
Hasil Uji T(Parsial)
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,918	1,698		2,308	,025
1 KUALITAS PRODUK	,228	,030	,539	7,658	,000
HARGA PRODUK	,368	,053	,487	6,919	,000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Berdasarkan tabel 4.10, hasil perhitungan regresi berganda adalah:

$$Y = 0,1698 + 0,30 X_1 + 0,53 X_2$$

Dan berdasarkan tabel tersebut besarnya angka t_{tabel} dengan ketentuan $\alpha = 0,05$ dan $df = (n-k-1)$ dengan rumus untuk mencari t_{tabel} adalah sebagai berikut:
 $df = 50 - 2 - 1 = 48$ jadi nilai t_{tabel} 1,677.

1) Variabel Kualitas Produk

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai sig 0,00 < 0,05 dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau 7,658 > 1,677, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

2) Variabel Harga Produk

Dari tabel 4.10 menunjukkan bahwa nilai sig 0,00 < 0,05 dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau 6,919 > 1,677, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

b. Uji F (Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh secara simultan atau tidak terhadap variabel dependen. Berikut merupakan hasil dari pengujian yang dilakukan oleh peneliti:

Tabel 4.11
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2299,046	2	1149,523	148,560	,000 ^b
	Residual	363,674	47	7,738		
	Total	2662,720	49			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), HARGA PRODUK, KUALITAS PRODUK

Pada tabel 4.11 menunjukkan hasil uji statistik dari uji f dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya bahwa $0,000 < 0,05$ serta tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 148,560 dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df untuk regression 3 dan df untuk residual 47 maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,20 dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $148,560 > 3,20$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas produk, harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

D. Pembahasan

1. Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistik 23 dalam analisis regresi linier berganda untuk variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif karena variabel kualitas produk menunjukkan bahwa nilai sig $0,00 < 0,05$ dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $7,658 > 1,677$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan hasil statistik uji t diperoleh nilai sig $0,00 < 0,05$ dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $7,658 > 1,677$, sementara itu pada penelitian sebelumnya oleh Rahmat Hidayat (2018) variabel kualitas produk berpengaruh positif dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka peneliti menyimpulkan kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

2. Pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan IBM SPSS Statistik 23 dalam analisis regresi linier berganda untuk variabel harga produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif karena variabel harga produk menunjukkan bahwa nilai sig $0,00 < 0,05$ dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $6,919 > 1,677$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Dalam penelitian ini diketahui bahwa harga produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dengan hasil statistik uji t diperoleh nilai sig $0,00 <$

0,05 dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $6,919 > 1,677$, sementara itu pada penelitian sebelumnya oleh Rahmat Hidayat (2018) variabel harga produk berpengaruh positif dengan signifikansi sebesar $0,020 < 0,05$. Maka peneliti menyimpulkan harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura sangat berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

PENUTUP

Berdasarkan hasil nilai uji t menunjukkan bahwa nilai sig $0,00 < 0,05$ dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $7,658 > 1,677$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel kualitas produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Berdasarkan hasil nilai uji t menunjukkan bahwa nilai sig $0,00 < 0,05$ dan Nilai $T_{hitung} > T_{tabel}$ atau $6,919 > 1,677$, sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya variabel harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Berdasarkan hasil nilai uji f menunjukkan hasil uji statistik dari uji f dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang artinya bahwa $0,000 < 0,05$ serta tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 148,560 dengan F_{tabel} pada tingkat signifikansi 0,05 dengan df untuk regression 3 dan df untuk residual 47 maka diperoleh F_{tabel} sebesar 3,20 dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $148,560 > 3,20$ sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya kualitas produk, harga produk petis ikan dan kerupuk gendar lokal Madura berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada marketplace Shopee.

Adapun beberapa saran yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini yakni:

Bagi para pemilik perusahaan toko *online* yang belum memperhatikan dan menetapkan kualitas dan harga produk yang akan diberikan kepada konsumen alangkah baiknya perlu dilakukan penelitian lebih mendalam untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi harga, hal-hal dalam menetapkan harga dan harus menciptakan produk yang berkualitas dengan memperhatikan apa saja yang menjadi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Bagi pemilik toko *online* pada *marketplace* Shopee yaitu Otentik Madura harus dapat mempertahankan kualitas produk lokal Madura bahkan harus melakukan pembaharuan agar konsumen tetap merasa puas dan tidak merasa bosan terhadap kualitas produk lokal Madura.

Bagi pemilik perusahaan toko *online* pada *marketplace* Shopee yaitu Otentik Madura harus dapat mempertahankan harga produk lokal Madura yang telah diciptakan agar tidak merusak harga pasar dan tidak membebani konsumen dengan harga yang terlalu tinggi.

Bagi pemilik perusahaan toko *online* pada *marketplace* Shopee yaitu Otentik Madura harus dapat mempertahankan eksistensinya dengan melakukan promosi-promosi di daerah regional Madura bahkan harus mampu memperkuat eksistensi perusahaan di tingkat Nasional maupun Internasional dengan tujuan memperkenalkan produk lokal Madura.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar, Nurlaela, Resa. Wardani, Ananda, Fiska., (2021). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Ulang Produk Scarlett di E-Commerce Shopee*. **Jurnal**. Fakultas Ekonomi. Universitas Darma Persada.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). *Analisis Pengaruh Label Halal, Merk dan Harga terhadap Keputusan di Kota Medan*. *At-Tawassuth: Jurnal*. Ekonomi Islam, 2(01), 122–145.
- Arikunto, Suharsimi. (2014) . *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* . Jakarta: Rineka Cipta.
- Devi, Intan, Kurnia, Lenggang., (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeian pada Marketplace Shopee*. **Skripsi S1**. Universitas Islan Negeri Sunan Ampel. Surabaya.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2014) . *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta:Erlangga,
- Maulana, H. A., & Asra, Y. (2019) . *Analisa Pengaruh Promo Gratis Ongkos Kirim terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce oleh Generasi Z di Daerah Pedesaan*. *Inovbiz: Jurnal Inovasi Bisnis*, 7(2), 162.
- Muchilisin, Mayani, Kurnianty., (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis UMSU)*. **Skripsi S1**. Universitas Muhamadiyah Sumatera Utara. Medan.
- Nadia, Farisa, Hasna. Wahyuningsih, Susanti., (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Fashion 3second Di Marketplace (Studi Pada Mahasiswa Pengguna Fashion 3second Di Kota Semarang)*. **Jurnal**. Universitas Muhamadiyah Semarang.
- Rahman, A. (2010) . *Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing* (Cetakan Pertama). Trans Media.
- Sugiyono. (2012) . *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2014.
- Widyanita, Fika, Ayu., (2018). *Pengaruh Analisis Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee Indonesia Pada Mahasiswa FE UII Pengguna Shopee*. **Skripsi S1**. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.