

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Toko Ridha Kota Langsa

Samsul Bahri, Eva Rosita, Karnelis

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Pase Langsa, Aceh

Email: ryva7982@gmail.com

Abstrak

Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi. Dan sekarang semakin terasa bahwa kebutuhannya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisannya didalam penggunaannya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari harga terhadap keputusan pembelian produk kosmetik wardah di Toko Ridha Kota Langsa. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, dimana pengujian dilakukan dengan menggunakan uji regresi linear sederhana, uji t dan uji koefisien determinasi. Dalam penelitian ini populasi yang digunakan peneliti adalah konsumen yang membeli produk wardah di Toko Ridha Kota Langsa dengan sampel berjumlah 96 responden. Hasil penelitian yang diperoleh dalam penelitian ini dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana dan uji signifikansi (uji t) diperoleh Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah di Toko Ridha Kota Langsa. Berdasarkan hasil uji nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 48,3% pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk wardah di toko ridha kota Langsa.

Kata Kunci: *Harga dan Keputusan Pembelian*

Abstract

Cosmetics have now become a human need that cannot be underestimated anymore. And now it is increasingly felt that the need for cosmetics in various shapes with various colors and unique packaging as well as excellence in providing functions for consumers requires the cosmetics industry to be increasingly encouraged to develop technology that not only covers the purpose of the cosmetic itself but also its practicality in its use. The purpose of this research is to determine the influence of price on purchasing decisions for Wardah cosmetic products at Toko Ridha, Langsa City. The method used in this research is a quantitative method, where testing is carried out using a simple linear regression test, t test and coefficient of determination test. In this study, the population used by researchers was consumers who bought Wardah products at Toko Ridha, Langsa City with a sample

of 96 respondents. The research results obtained in this study using a simple linear regression equation and a significance test (t test) showed that price had a positive and significant effect on the decision to purchase Wardah products at Toko Ridho, Langsa City. Based on the test results, the coefficient of determination (R²) value was obtained at 48.3% of the influence of price on the decision to purchase Wardah products at the Ridha shop in Langsa City.

Keywords: *Price and Purchasing Decisions*

Pendahuluan

Kosmetik adalah zat perawatan yang digunakan untuk meningkatkan penampilan atau aroma tubuh manusia. Kosmetik umumnya merupakan campuran dari beragam senyawa kimia, beberapa terbuat dari sumber-sumber alami dan kebanyakan dari bahan sintesis. Perihal penggunaan kosmetik disebut dengan tata rias atau tata make up. Seorang wanita tidak lepas dari yang namanya kosmetik, termasuk lipstik, minyak wangi, pewarna rambut dan sebagainya.

Kosmetik saat ini telah menjadi kebutuhan manusia yang tidak bisa dianggap sebelah mata lagi. Dan sekarang semakin terasa bahwa kebutuhannya kosmetik yang beraneka bentuk dengan ragam warna dan keunikan kemasan serta keunggulan dalam memberikan fungsi bagi konsumen menuntut industri kosmetik untuk semakin terpicu mengembangkan teknologi yang tidak saja mencakup peruntukannya dari kosmetik itu sendiri namun juga kepraktisannya didalam penggunaannya.

Harga merupakan salah satu bagian yang sangat penting dalam pemasaran suatu produk karena harga adalah salah satu dari empat bauran pemasaran/ *marketing mix* 4P (*Product, Price, Place, Promotion*). Harga juga berpengaruh langsung pada keputusan pembelian. Keputusan pembelian didasarkan pada bagaimana konsumen menggap harga dan berapa harga aktual saat ini yang mereka pertimbangkan bukan harga yang dinyatakan pemasar (Saputra, et.al, 2023, Anggraini & Aravik, 2023).

Pelanggan mungkin memiliki batas bawah harga dimana harga yang lebih rendah dari batas itu menandakan kualitas buruk atau kualitas yang tidak dapat diterima dan juga batas atas harga yang mana lebih tinggi dari batas itu dianggap terlalu berlebihan dan tidak sebanding dengan uang yang dikeluarkan. Namun semaju apapun suatu merek atau produk tentu memiliki permasalahan tersendiri. Pada prasurvey ditemukan permasalahan yang berkaitan dengan harga, karena konsumen tidak terhenti pada keputusan pembelian saja, kosumen harus melaksanakan keputusan yang telah

diambil. Untuk merespon tuntutan kosumen, sejumlah perusahaan tumbuh dan bertambah sehingga menimbulkan persaingan, dalam menentukan tempat berbelanja faktor harga murah mungkin menjadi salah satu faktor penting, tetapi faktor keamanan, pelayanan, kenyamanan dan lokasi juga sangat menentukan dalam memilih tempat belanja, dari sekian banyak tempat berbelanja.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka penulis merasa penting untuk melakukan penelitian mengenai sejauh mana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Oleh karena itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Toko Ridha Kota Langsa”.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yaitu menurut Sujarweni (2018:12), penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara- cara lain dari kuantifikasi (pengukuran), pendekatan kuantitatif memusatkan perhatian pada gejala-gejala yang mempunyai karakteristik tertentu di dalam kehidupan manusia yang dinamakannya sebagai variabel. Dalam pendekatan kuantitatif hakikat hubungan di antara variabel-variabel dianalisis dengan menggunakan teori yang objektif

Lokasi penelitian ini yang akan dijadikan tempat penelitian adalah Toko Ridha Jalan Iskandar Muda Kota Langsa. Pemilihan lokasi penelitian ini dikarenakan dekat dengan tempat tinggal peneliti dengan demikian akan menghemat waktu dan dana penelitian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen produk kosmetik Wardah di Toko Ridha Kota Langsa yang belum diketahui jumlahnya. Dalam

penelitian ini teknik pengambilan sampel menggunakan *Nonprobability* sampling dengan *sampling purposive* dan sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data kuantitatif dengan sumber data berupa data sekunder, dengan pengumpulan data berupa data angket (quisioner). Dalam penelitian digunakan teknik analisis data berupa regresi sederhana, uji asumsi klasik, uji koefisien determinasi dan uji t.

Hasil Penelitian

Deskripsi Data Penelitian

Karakteristik Responden

Hasil penelitian ini didapat dari penyebaran kuesioner sebanyak 96 responden dari konsumen pembelian produk wardah di Toko Ridha Kota Langsa. Dengan karakteristik responden berdasarkan umur, status perkawinan, pendidikan terakhir, pekerjaan dan berdasarkan pendapatan.. adapun karakteristiknya sebagai berikut:

Tabel 1 Karakteristik Responden Berdasarkan umur Bulan juni 2022

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 30 Tahun	39	40.6	40.6	40.6
31-50 Tahun	32	33.3	33.3	74.0
> 51 Tahun	25	26.0	26.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kuesioner, Juni 2022

Berdasarkan Tabel dapat dilihat bahwa 39 responden umurnya kurang dari 30 tahun atau sebanyak 40,6%, 32 responden dengan rentang umur 31-50 tahun atau sebanyak 33,3%, dan 25 responden umurnya lebih dari 50 tahun atau sebanyak 25%.

Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan status perkawinan Bulan juni 2022

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Menikah	57	59.4	59.4	59.4
Tidak/Belum Menikah	39	40.6	40.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kuesioner, Juni 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang menikah sebanyak 57 orang atau sebanyak 59,4%, responden yang belum menikah sebanyak 39 orang atau sebanyak 40,6%.

Tabel 3 Karakteristik Responden Berdasarkan pendidikan terakhir Bulan juni 2022

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid Valid	SMP	1	1.0	1.0
	SMA	75	78.1	78.1
	Sarjana	20	20.8	20.8

Sumber: Hasil Kuesioner, Juni 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang pendidikan terakhir SMP sebanyak 1 orang atau sebanyak 1 %, responden yang pendidikan terakhir SMA sebanyak 75 orang atau sebanyak 78,1%, responden yang pendidikan terakhir S1 sebanyak 20 orang atau sebanyak 20,8%.

Tabel 4 Karakteristik Responden Berdasarkan pekerjaan Bulan juni 2022

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pelajar/Mahasiswa	31	32.3	32.3	32.3
Ibu Rumah Tangga	13	13.5	13.5	45.8
Pegawai Negeri Sipil	14	14.6	14.6	60.4
TNI/Polri	12	12.5	12.5	72.9
Karyawan BUMN/Swasta	18	18.8	18.8	91.7
Wiraswasta/Wirausaha	8	8.3	8.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kuesioner, Juni 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang pekerjaan Pelajar/ Mahasiswa sebanyak 31 orang atau sebanyak 32,3 %, responden yang pekerjaan Ibu Rumah Tangga sebanyak 13 orang atau sebanyak 13,5%, responden yang pekerjaan Pegawai Negeri Sipil sebanyak 14 orang atau sebanyak 14%, responden yang pekerjaan TNI/ Polri sebanyak 12 orang atau sebanyak 12,5%, responden yang pekerjaan Karyawan BUMN/swasta sebanyak 18 orang atau sebanyak 18,8%, responden yang pekerjaan Wiraswasta/ Wirausaha sebanyak 8 orang atau sebanyak 8,3%.

Tabel 5 Karakteristik Responden Berdasarkan pendapatan Bulan juni 2022

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < Rp. 2.000.000	37	38.5	38.5	38.5
> Rp. 2.100.000	59	61.5	61.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Kuesioner, Juni 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa responden yang pendapatan kurang dari dua juta rupiah sebanyak 37 orang atau sebanyak 38,5 %, responden yang pendapatan lebih dari dua juta seratus ribu rupiah sebanyak 59 orang atau sebanyak 61,5%.

Tanggapan pada Variabel Harga

Tabel 6 Identifikasi Variabel Harga

No	Pernyataan	Tanggapan										Jumlah	
		SS		S		CS		TS		STS		F	%
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha sesuai dengan manfaatnya	33	34.4	23	24.0	20	20.8	8	8.3	12	12.5	96	100
2	Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha dipandangan konsumen tergolong murah	12	12.5	50	52.1	18	18.8	14	14.6	2	2.1	96	100
3	Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha dapat terjangkau semua lapisan masyarakat	15	15.6	26	27.1	34	35.4	19	19.8	2	2.1	96	100

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah
Di Toko Ridha Kota Langsa
Samsul Bahri, Eva Rosita, Karnelis

4	Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha tidak kalah bersaing dengan toko lainnya	12	12.5	25	26.0	32	33.3	22	22.9	5	5.2	96	100
---	---	----	------	----	------	----	------	----	------	---	-----	----	-----

5	Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha sesuai dengan kualitas produknya	5	5.2	29	30.2	29	30.2	28	29.2	9	9.4	96	100
---	---	---	-----	----	------	----	------	----	------	---	-----	----	-----

Sumber: Hasil Penelitian (data diolah, 2022)

Berdasarkan tabel dapat diketahui tanggapan responden mengenai variabel harga. Pada pernyataan pertama Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha sesuai dengan manfaatnya diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 33 orang atau sebesar 34,4%, tanggapan setuju sebanyak 23 orang atau sebesar 24%, tanggapan cukup setuju sebanyak 20 orang atau sebesar 20,8%, tanggapan tidak setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 8,3% dan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 12,5% Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan sangat setuju.

Pada pernyataan kedua Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha dipandangan konsumen tergolong murah di peroleh tanggapan sangat setuju 12 orang atau sebesar 12,5% , tanggapan setuju sebanyak 50 orang atau 52,1%, tanggapan cukup setuju 18 orang atau 18,8%, tanggapan tidak setuju sebanyak 14 orang atau 14,6%, dan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%. Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan setuju.

Pada pernyataan ketiga Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha dapat terjangkau semua lapisan masyarakat di peroleh tanggapan sangat setuju sebanyak 15 orang atau 15,6%, tanggapan setuju sebanyak 26 orang atau 27,1%, tanggapan cukup setuju sebanyak 34 orang atau 35,4%, tanggapan tidak setuju sebanyak 19 orang atau

19,8%, dan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 2 orang atau 2,1%. Dengan demikian yang lebih dominan adalah tanggapan cukup setuju.

Pada pernyataan ke empat Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha tidak kalah bersaing dengan toko lainnya di peroleh tanggapan sangat setuju sebanyak 12 orang atau sebesar 12,5%, tanggapan setuju sebanyak 25 orang atau sebesar 26,0%. Tanggapan setuju 32 orang atau 33,3%, tanggapan tidak setuju sebanyak 22 orang atau 22,9%. Dan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,2%. Dengan demikian yang lebih dominan adalah tanggapan cukup setuju.

Pada pernyataan kelima Harga produk Wardah yang dijual Toko Ridha sesuai dengan kualitas produknya, diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 5 orang atau sebesar 5,2%, tanggapan setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2%, tanggapan cukup setuju sebanyak 29 orang atau sebesar 30,2%. Tanggapan tidak setuju sebanyak 28 orang atau 29,2%, dan tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 9 orang atau 9,4%. Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan cukup setuju.

Tanggapan Variabel Keputusan pembelian

Tabel 7 Pendapat Responden Untuk Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Tanggapan										Jumlah	
		SS		S		N		TS		STS		F	%
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	Membeli produk Wardah di Toko Ridha telah menjadi kebutuhan saya	19	19,8	39	40	11	11,5	19	19,8	8	8,3	96	100
2	Sebelum membeli saya telah mencari informasi	4	4,2	45	46,9	32	33,8	7	7,3	8	8,3	96	100

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah
Di Toko Ridha Kota Langsa
Samsul Bahri, Eva Rosita, Karnelis

	tentang produk Wardah yang dijual Toko Ridha												
3	Sebelum membeli saya telah melakukan berbagai penilaian yang detil tentang produk Wardah yang dijual Toko Ridha	8	8,3	30	31,2	34	35,4	19	19,8	5	5,2	96	100
4	Setelah mempertimbangkan banyak hal saya memutuskan untuk membeli produk Wardah di Toko Ridha	11	11,5	31	32,3	30	31,2	18	18,6	6	6,2	96	100
5	Saya merasa sangat puas membeli produk Wardah di Toko Ridha	10	10,4	30	31,2	20	20,8	20	20,8	16	16,7	96	100

Sumber: HasilPenelitian (data diolah, 2022)

Tabel di atas memberikan informasi mengenai tanggapan responden pada variabel Keputusan. Pada pernyataan pertama Membeli produk Wardah di Toko Ridha telah menjadi kebutuhan saya , diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 19 orang atau sebesar 19,8%, tanggapan setuju sebanyak 39 orang atau sebesar 40%, tanggapan netral sebanyak 11 orang atau sebesar 11,5%. Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan setuju.

Pada pernyataan kedua Sebelum membeli saya telah mencari informasi tentang produk Wardah yang dijual Toko Ridha, diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 4 orang atau sebesar 4,2%, tanggapan setuju sebanyak 45 orang atau sebesar 46,9%, tanggapan netral sebanyak 32 orang atau sebesar 33,3%, tanggapan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,3%, tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 8 orang atau 8,3%. Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan sangat setuju.

Pada pernyataan ketiga Sebelum membeli saya telah melakukan berbagai

penilaian yang detil tentang produk Wardah yang dijual Toko Ridha, diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 8 orang atau sebesar 8,3%, tanggapan setuju sebanyak 30 orang atau sebesar 31,2%, tanggapan netral sebanyak 34 orang atau sebesar 35,4%, tanggapan tidak setuju sebanyak 19 orang atau 19,8%, tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 5 orang atau 5,2% Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan netral.

Pada pernyataan keempat Setelah mempertimbangkan banyak hal saya memutuskan untuk membeli produk Wardah di Toko Ridha, diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 11 orang atau sebesar 11,5%, tanggapan setuju sebanyak 31 orang atau sebesar 32,3%, tanggapan netral sebanyak 30 orang atau 31,2%, tanggapan tidak setuju sebanyak 18 orang atau 18,6%, tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 6 orang atau 6.2%, Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan setuju.

Pada pernyataan kelima Saya merasa sangat puas membeli produk Wardah di Toko Ridha diperoleh tanggapan sangat setuju sebanyak 10 orang atau sebesar 10,4%, tanggapan setuju sebanyak 30 orang atau sebesar 31,2%, tanggapan netral sebanyak 20 orang atau sebesar 20,8%. Tanggapan tidak setuju sebanyak 20 orang atau 20,8%, tanggapan sangat tidak setuju sebanyak 16 orang atau 16,7%. Dengan demikian yang dominan adalah tanggapan setuju.

Pembahasan

Pengaruh Harga terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik wardah di toko ridha kota Langsa

Uji Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). dari hasil analisis data dapat

diperoleh perhitungan sebagai berikut:

Tabel 8 Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.355	.289		4.685	.000
Harga	3.033	.014	.992	7.990	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan Tabel di atas diketahui nilai constant (a) sebesar 7,355, sedang nilai keputusan pembelian (b/koeffisien regresi) sebesar 3,033, sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 7,355 + 3,033X$$

Dari persamaan tersebut dapat diterjemahkan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 7,355, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel keputusan pembelian adalah sebesar 7,355.
2. Koeffisien regresi X sebesar 3,033 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai harga, maka nilai keputusan pembelian bertambah sebesar 3,033. Koeffisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

Uji Koeffisien Determinasi

Uji Koeffisien Determinasi pada dasarnya digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variabel dependen, hasil uji koeffisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9 Uji Koeffisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.592 ^a	.483	.483	.874

Berdasarkan tabel di atas diketahui besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,592. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi R (square) sebesar 0,483, yang mengandung bahwa pengaruh variabel bebas (harga) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian) adalah sebesar 48,3% dari R (square) dan sisanya sebesar 51,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masuk dalam penelitian ini.

Uji t

Uji t merupakan suatu sarana pengujian untuk mengetahui apakah variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen, hasil uji t dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 9 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7.355	.289		4.685	.000
Harga	3.033	.014	.992	7.990	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan hasil tabel uji t di atas diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). Berdasarkan nilai t : diketahui nilai t hitung sebesar $4,685 > t$ tabel 2,629, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Harga (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y) dan hipotesis yang menyatakan diduga harga berpengaruh terhadap Keputusan pembelian produk kosmetik wardah di toko ridha kota Langsa, dapat diterima.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dianalisis dengan menggunakan persamaan regresi linier sederhana dan uji signifikansi (uji t) diperoleh Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wardah di Toko Ridho Kota Langsa. Berdasarkan hasil uji nilai koefisien determinasi (R^2) diperoleh sebesar 48,3% pengaruh harga terhadap keputusan pembelian produk wardah di toko ridha kota Langsa.

Saran

Penetapan harga merupakan hal yang mendasar serta memiliki pengaruh positif dan signifikan sehingga sebaiknya Toko Ridho Kota Langsa perlu melakukan riset apakah harga Wardah yang dijual sudah terjangkau sehingga menarik konsumen dalam melakukan pembelian.

Daftar Pustaka

- Anggraini, A., & Aravik, H. (2023). Pengaruh Promo Flash Sale 3.3 4.4 Pada Aplikasi Shopee Terhadap Minat Pembelian Mahasiswa Aktif Prodi Perbankan Syariah STEBIS IGM Palembang. *Jurnal Bisnis dan Manajemen (JURBISMAN)*, 1(3), 655-666.
- Saputra, J., Choiriyah, C., & Aravik, H. (2023). Analisis Dampak Penerapan Harga Baru Gojek Bagi Mitra Pengemudi Roda Dua Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Kota Palembang (Studi Kasus Komunitas Gojek Sematang Borang Sako Kalidoni (Sbsk)). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Perbankan Syariah (JIMPA)*, 3(2), 401-410.
- Oeng Anwarudin, Laily Fitriana, Wenni Tania Defriyanti, Putri Permatasari, Eksa Rusdiyana, Kiagus Muhammad Zain, Eka Nur Jannah, Mochamad Sugiarto, Nurlina Nurlina, Yoyon Haryanto, (2022), Sistem Pembangunan Pertanian, Yayasan Kita Menulis
- Profil Gampong Bate Puteh Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa Tahun Periode 2018-2024.
- Rini Mastuti, Amruddin Amruddin, Mauli Kasmi, Markus Patiung, Akmal Abdullah, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya (2022), Perencanaan Agribisnis Pertanian Berkelanjutan, 2022, Yayasan Kita Menulis
- Rini Mastuti, Reza Setiawan, Kiagus M Zain Basriwijaya. (2023). Factors Supporting the Success of Artificial Insemination in Beef Cattle in East Langsa District Langsa City.

- JIA (Jurnal Ilmiah Agribisnis): Jurnal Agribisnis dan Ilmu Sosial Ekonomi Pertanian.
8 (3) : 237-249
- R Rosdiana, Markus Patiung, Sulhan Manaf, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya. (2023). Pawan Darasa Panjaitan, Nurjannah Nurjannah, Rinaldi Syahputra, Mira Hastin, Ovi Hamidah Sari, Arfandi Arfandi, Andriasan Sudarso, Tanggor Sihombing, Titik Inayati, Endang Lifchatullaillah. Ilmu Ekonomi Manajerial: Teori dan Analisis. Yayasan Kita Menulis
- R Rozalina, BR Juanda, KMZ Basriwijaya, LA Krista. (2023). Pemberdayaan Kelompok Wanita Tani Melalui Keterampilan Beternak Ayam Ras Petelur di Desa Bate Puteh Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa. Jurnal Masyarakat Madani Indonesia 2 (4), 483-492
- Rosmaiti, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya, FH Saragih, F Alham. (2022). Pemberdayaan Peternak Itik Melalui Pakan Fermentasi Dalam Upaya Menghasilkan Telur Rendah Kolestrol (Teresol) Di Desa Bate Puteh Kecamatan Langsa Lama Kota Langsa. COMSEP: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat. 2 (3) 287-291
- Rosmaiti Rosmaiti, F Hafiz Saragih, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya. (2022). Pemberdayaan Kelompok Istri Nelayan Melalui Keterampilan Manajemen Pakan Lengkap Dalam Meningkatkan Produktivitas Domba. 2 (2) 152-157
- Rosmiati Rosmiati, Fairus Fairus, Riezky Purnama Sari, Muhammad Salman, Amelia Amelia, Safrizal Safrizal, Ulya Nabilla, Muhammad Fuad, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya. (2023). Pemberdayaan Istri Nelayan dalam Rangka Meningkatkan Pendapatan Keluarga melalui Pembuatan Garam di Desa Kuala Idi Cut Kabupaten Aceh Timur. Agrokreatif: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat 9 (3) 370-375
- Ruth Dameria Haloho, Amruddin Amruddin, Muhammad Dassir, Dela Heraini, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya, Nugrahini Susantinah Wisnujati, Mochamad Sugiarto, Hotmauli Febriana Pardosi, R St Aisyah, Oeng Anwarudin, Aulia Nurul Hikmah, Dyah Gandasari. (2023). Sosiologi Peternakan. Yayasan Kita Menulis
- Sinta Dewi, Kiagus M Zain Basriwijaya. (2023). Analisis Kelayakan Usaha Peternakan Puyuh Petelur (Coturnix Coturnix Japonica) Di Desa Asam Peutik Kecamatan Langsa Lama (Studi Kasus: Usaha Peternakan Puyuh Petelur Ibu Jumiani). Jurnal Cakrawala Ilmiah. 2 (9) 3489-3496

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah
Di Toko Ridha Kota Langsa

Samsul Bahri, Eva Rosita, Karnelis

Sisca Rahmadani, Cut Gustiana, Kiagus Muhammad Zain Basriwijaya. (2023). Peran Wanita Pengrajin Anyaman Bambu Dalam Membantu Pendapatan Keluarga Di Kecamatan Binjai Utara Kota Binjai. *Jurnal Media Agro* 17 (1) 239-253

Yani Rizal, Basriwijaya KMZ, Siti Balqies. (2022). Pkmbp Ecocr (*Ecotourism Center Of Cinta Raja*) Untuk Mengembangkan Potensi Desa Wisata Melalui Digitalisasi Desa Di Desa Cinta Raja Kecamatan Langsa Timur Menuju Pariwisata 4.0. *E-Amal Jurnal Pengabdian Masyarakat* 2(3) 1521-1526