

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan zaman, teknologi dan perekonomian membuat setiap individu dituntut untuk lebih maju dan dapat melakukan sebuah perubahan. Hal tersebut dapat menjadi peluang bisnis bagi setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak di bidang ketrampilan. Bisnis diartikan sebagai usaha untuk memperoleh keuntungan sesuai tujuan dan target dalam berbagai bidang, baik dilihat dari segi kuantitas, kualitas maupun waktunya. Usaha merupakan aktivitas dalam mengerahkan tenaga, pikiran ataupun badan demi mencapai tujuan, keuntungan, atau maksud tertentu. Keuntungan yang dimaksud adalah keuntungan finansial. Besarnya keuntungan ditetapkan sesuai target dan batas waktunya. (Purwana dan Hidayat, 2016:2)¹. Perusahaan yang bergerak di ketrampilan tentunya lebih dituntut untuk melakukan inovasi-inovasi agar dapat menarik minat konsumen. Bisnis ini banyak dipilih oleh para pelaku usaha saat ini salah satunya yaitu Hadiah/Kado.

Kado atau disebut juga dengan hadiah merupakan bentuk penghargaan, penghormatan yang diberikan seseorang kepada orang lain untuk memberikan apresiasi atas apa yang telah dilakukan. Hadiah juga berarti pemberian kepada seseorang atas prestasi yang telah diraih. Lebih dari itu, hadiah memiliki arti sebagai pemberian untuk hari special seseorang. Seperti perayaan ulang tahun,

¹ Ety Rachaety serta Ratih T Termawati, *Kamus Istilah Ekonomi* (Jakarta: Bumi Aksara, 2005), 159.

hari jadi peringatan, wisuda, ataupun hari *valentine*. Memberi hadiah adalah salah satu bentuk menyatukan perasaan diantara penerima dan pemberi. Dalam hal ini hadiah kado atau hadiah memiliki tujuan tertentu yang ingin disampaikan oleh pemberi. Sebagian besar dari masyarakat biasanya dalam membeli Kado/Hadiah dengan mempertimbangkan harga.

Harga pada masyarakat berguna untuk menyesuaikan pendapatan yang mereka kelola ketika membeli kado. Dalam dunia usaha khususnya Kado/Hadiah bisa bervariasi, harga bisa dikatakan mahal bila kado yang dibeli tidak sesuai dengan harapan, namun harga bisa dikatakan murah bila kado yang dibeli konsumen memuaskan atau sesuai harapan mereka. Oleh karena itu sebuah harga dapat mempengaruhi dan juga tidak mempengaruhi minat beli konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang menjadi bahan pertimbangan oleh konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk/jasa. Kotler dan Amstrong berpendapat bahwa, harga yaitu sejumlah mata uang yang harus dibayar oleh pelanggan untuk memperoleh barang atau jasa tertentu.²

Menurut Kotler & Amstrong, keputusan pembelian merupakan proses pengambilan keputusan dimana pembeli aktual konsumen, atau suatu harapan pembeli dalam mengambil keputusan yang mana konsumen tersebut sungguh-sungguh membeli. Ketika melakukan keputusan pembelian kebanyakan dari konsumen biasanya menginginkan produk atau jasa yang terbaik namun

² Philip Kotler dan Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2012), 73.

dengan harga yang murah. Begitu juga dalam memilih Kado, konsumen menginginkan Produk yang berkualitas namun dengan harga yang murah.³

Perkembangan usaha kado saat ini makin banyak pelaku usahanya dalam menciptakan usaha. Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu kabupaten yang ada di Jawa Timur dengan luas 1.261 km². Mengingat kondisi yang terkait keberadaan Toko Kado/Hadiah di Kabupaten Trenggalek telah menjamur berbagai Toko kado yang menawarkan macam-macam harga. Hal ini secara khusus dapat dilihat dalam skala yang lebih kecil khususnya di Kecamatan Tugu di mana terdapat beberapa Toko Kado/Hadiah :

Berdasarkan hasil dari observasi yang dilakukan oleh peneliti yang ditinjau dari segi pemasarannya dengan menerapkan teori bauran pemasaran 4P menurut Philip Kotler , yang meliputi: faktor produk, faktor harga, faktor lokasi, faktor promosi.⁴

Keputusan pembelian adalah suatu tahapan seorang pembeli dalam mengambil keputusan yang mana konsumen tersebut sungguh-sungguh membeli. Pengambilan keputusan yakni bentuk partisipasi langsung dalam aktivitas pribadi.

³ Ibnu Syamsi, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2021), 34.

⁴ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : Indeks, 2005), 75

Tabel 1.1
Perbandingan Toko Kado Beauty Craft, Kado Inid, Kado Unyu, Dariku Gift
di Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek

Keterangan	Beauty Craft	Kado Inid	Kado Unyu	Dariku Gift
Produk	<ul style="list-style-type: none"> - Buket Coklat - Buket Bunga Articial - Buket Bunga Fresh - Buket Balon - Buket Snack - Buket Kopi - Buket Uang - Buket Wisuda - Buket Polaroid - Hampers Snack - Hamper Jilbab - Snack Tower - Gift Frame - Cetak Foto Polaroid - Scrapframe 3D 	<ul style="list-style-type: none"> - Buket Bunga Articial - Buket Bunga Fresh - Buket Uang - Buket Snack - Buket Coklat - Buket Wisuda - Buket Hijab - Buket Balon - Scrapframe - Gift Frame - Hampers Snack - Scrapframe 3D - Gift Frame - Hamper Jilbab 	<ul style="list-style-type: none"> - Buket Polaroid - Buket Coklat - Buket Bunga Articial - Buket Bunga Fresh - Buket Snack - Buket Wisuda - Buket Kopi - Buket Uang - Buket Hijab - Buket Balon - Buket Bumbu Dapur - Cetak Foto Polaroid - nHampers Snack - Hampers Jilbab - Snack Tower - Gift Frame - Scrapframe 3D 	<ul style="list-style-type: none"> - Buket Uang - Buket Bunga Articial - Buket Bunga Fresh - Buket Balon - Buket Snack - Buket Kopi - Buket Coklat - Buket Hijab - Buket Bumbu Dapur - Hampers Snack - Hamper Jilbab - Snack Tower - Scrapframe 3D - Hamper Jilbab - Gift Frame
Harga				
- Buket Coklat	60.000-150.000	65.000-145.000	50.000-135.000	55.000-140.000
- Buket Bunga Articial	45.000-105.000	65.000-115.000	40.000-100.000	50.000-105.000
- Buket Bunga Fresh	60.000-125.000	70.000-135.000	55.000-120.000	65.000-130.000
	35.000-60.000	35.000-65.000	30.000-55.000	35.000-65.000

- Buket Snack	50.000-135.000	45.000-130.000	40.000-115.000	50.000-140.000
- Buket Uang	85.000-140.00	80.000-130.000	75.000-120.000	85.000-135.000
- Buket Balon	55.000-70.000	60.000-75.000	50.000-65.000	55.000-70.000
- Buket Hijab	30.000-50.000	35.000-60.000	30.000-50.000	35.000-55.000
- Hampers Snack	40.000-55.000	50.000-60.000	45.000-55.000	45.000-55.000
- Hamper Jilbab	50.000	55.000	50.000	50.000
- Gift Frame	15.000	20.000	15.000	20.000
- Cetak Foto Polaroid	115.000-145.000	110.000-145.000	110.000-130.000	105.000-130.000
- Scrapframe 3D				
Lokasi	RT 20, RW 05, Ds. Gondang, Kec. Tugu, Kab. Trenggalek	RT 08, RW 02, Ds. Banaran, Kec. Tugu, Kab. Trenggalek	RT 04, RW 02, Ds. Ngepeh, Kec. Tugu, Kab. Trenggalek	RT 15, RW 04, Ds. Nglongsor, Kec. Tugu, Kab. Trenggalek
Promosi	Mulut ke mulut, Instagram, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>	Mulut ke mulut, Instagram, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>	Mulut ke mulut, Instagram, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>	Mulut ke mulut, Instagram, <i>WhatsApp</i> , dan <i>Facebook</i>

Sumber: Hasil Observasi 2022 dari 4 Toko Buket di Wilayah Kec. Tugu Kab. Trenggalek

Berdasarkan Tabel 1.1 dapat diketahui bahwa Toko Kado Unyu memiliki beberapa kelebihan dibanding dengan beauty craft, Kado Inid, dan dariku gift. Pada Toko Kado Unyu memiliki produk yang lebih banyak sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain itu harga yang ditawarkan relatif lebih murah dengan *range* Rp 5.000 – Rp 15.000 dibanding dengan 3 toko kado pembanding.

Setiap Toko Kado tentunya memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda untuk menarik minat para konsumen. Begitu juga dengan Toko Kado Unyu yang

menerapkan strategi dengan menawarkan harga yang murah kepada konsumen namun tetap memberikan produk yang berkualitas tentunya, hal tersebut bertujuan untuk meningkatkan volume pengunjung, sehingga semakin banyak pengunjung maka akan semakin banyak pula laba yang akan diperoleh perusahaan.

Berikut data penjualan produk Toko Kado Unyu selama 3 tahun terakhir yaitu tahun 2020, 2021, 2022

Tabel 1.2
Data Penjualan Produk Toko Kado Unyu 3 Tahun Terakhir (2020, 2021, 2022)

Jenis Produk	Jumlah Penjualan		
	2020	2021	2022
Buket	360	525	1032
Hampers Snack	150	210	202
Hampers Jilbab	141	234	332
Cetak Foto Polaroid	30	113	275
Snack Tower	81	250	324
Gift Frame	109	293	311
Scrapframe 3D	98	281	303

Sumber: Hasil Observasi

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat data penjualan Toko Kado Unyu 3 tahun terakhir yaitu 2020, 2021, 2022. Dari 3 tahun terakhir tersebut menunjukkan produk yang paling banyak diminati adalah Buket. Untuk mengerucutkan penelitian, peneliti memaparkan data Jenis buket toko kado unyu

Tabel 1.3
Data Penjualan Jenis Buket Toko Kado Unyu 3 Tahun Terakhir
(2020, 2021, 2022)

Jenis Buket	Jumlah Penjualan		
	2020	2021	2022
Buket Coklat	26	28	52
Buket Bunga Articial	33	35	71
Buket Bunga Fresh	26	29	56
Buket Snack	76	203	438
Buket Wisuda	32	34	73
Buket Kopi	24	33	55
Buket Uang	39	45	73
Buket Hijab	25	31	46
Buket Balon	27	30	51
Buket Bumbu Dapur	29	32	68
Buket Polaroid	23	25	49

Sumber: Hasil Observasi, 2022

Berdasarkan tabel 1.3 terdapat beberapa jenis penjualan buket 3 tahun terakhir yakni menunjukkan bahwa jumlah penjualan yang paling banyak yaitu jenis buket snack

Masing-masing konsume dalam memutuskan melakukan jual beli mempunyai alasan tertentu. Faktor alasan tersebut diantaranya berdasarkan teori bauran pemasaran 5P. Maka dari itu peneliti melakukan survei terkait

alasan konsumen dalam memilih Kado Buket di Toko Kado Unyu, sehingga diperoleh data sebagai berikut :

Tabel 1.4

Alasan Konsumen dalam Memilih Kado Buket Snack Di Toko Kado Unyu
Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek Tahun 2022

No	Faktor	Jumlah Konsumen
1	Produk	9
2	Harga	15
3	Lokasi	5
4	Promosi	6
Total		35

Sumber: Hasil Observasi, 2022.

Berdasarkan tabel 1.4 di atas dapat diketahui bahwa alasan konsumen dalam pengambilan keputusan Pembelian Buket Snack ditahun 2022 Toko Kado Unyu yaitu berbeda-beda. Dari hasil observasi peneliti tersebut menunjukkan faktor yang banyak dipilih oleh konsumen yaitu faktor harga dengan hasil survei penyebaran angket yaitu faktor produk sebanyak 9 responden, faktor harga sebanyak 15 responden, faktor lokasi sebanyak 5 responden, faktor promosi sebanyak 6 responden.

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai **“Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Buket Snack Tahun 2022 (Studi Kasus Pada Toko Buket Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek)”**.

B. Rumusan Masalah

Sesuai latar belakang yang telah diuraikan maka rumusan masalah yang dapat diambil merupakan:

1. Bagaimana harga buket snack di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek?
2. Bagaimana Keputusan Pembelian dalam memilih buket snack di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek?
3. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buket snack di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek?

C. Tujuan Penelitian

1. Mengetahui bagaimana harga bucket snack di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek
2. Mengetahui Keputusan Pembelian dalam memilih buket snack di toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek
3. Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buket snack di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek

D. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian tersebut merupakan:

1. Secara teoritis

Dalam teoritis perolehan kepenelitian tersebut diinginkan dapat memberikan manfaat guna pembaca dalam menambahkan wawasan serta meluaskan disiplin ilmu pengetahuan mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian.

2. Secara praktis

- a. Bagi pelaku usaha, diharapkan penelitian ini bisa membantu pelaku usaha khususnya usaha buket dalam meluaskan usahanya serta bisa meluaskan daya saing dalam kompetitor lainnya.
- b. Bagi akademik, diharapkan mampu memberikan informasi yang bermanfaat. Selainya, kepenelitian tersebut juga diinginkan dapat menjadikan literasi bacaan bagi mahasiswa Ekonomi Syari'ah.
- c. Bagi pembaca, diinginkan dapat menambahkan wawasan, ilmu pengetahuan, serta informasi yang berguna mengenai pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Selainya juga diharapkan menjadikan perbandingan pembaca yang berminat untuk mempelajari permasalahan yang sama.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan proposisi sementara disuatu permasalahan yang hendak diteliti.⁵ Dalam kerangka pemikiran tersebut bisa dirumuskan hipotesisnya merupakan:

1. H_0 : Tidak terdapat pengaruh harga terhadap keputusan pembelian buket di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.
- H_a : Terdapat pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian buket di Toko Kado Unyu Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek.

⁵Priyono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Sidoarjo : Zifatama Publishing, 2008), 66.

F. Telah Pustaka

1. *“Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri”*. Oleh Isneini Suci Rahayu (2020). Jenis penelitian yang digunakan penelitian kuantitatif. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel harga (X) Uji Korelasi Pearson sebesar 0,767 dan nilai signifikan sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa hubungan antara harga dengan keputusan pembelian cukup kuat. Variabel produk (Y), nilai korelasi Pearson 0,725 cukup kuat. R² adalah 0,589 atau 58,9%. Hal ini menunjukkan pengaruh harga dan produk sebesar 58,9%. Sedangkan sisanya sebesar 41,1% dipengaruhi oleh 4.444 variabel lainnya.⁶

Persamaannya dengan penulis adalah terdapat jenis metode penelitian berupa metode penelitian kuantitatif. Variabel Y berupa keputusan pembelian dan variabel X berupa harga.

Sedangkan perbedaannya terdapat pada objek penelitian, penelitian ini menggunakan buket sebagai objeknya, sedangkan penelitian sebelumnya menggunakan Gethuk Lindri dan Tape Singkong. Selain itu, perbedaannya terdapat pada lokasi penelitian. Penelitian ini terdapat di Kecamatan Tugu Kabupaten Trenggalek, sedangkan penelitian sebelumnya terdapat di Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri.

⁶ Isneini Suci Rahayu, *Pengaruh Harga dan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Gethuk Lindri dan Tape Singkong (Studi Pada Home Industri UD. Padhang Bulan Desa Ngasem Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri)* (IAIN Kediri : Kediri, 2020)

2. “Pengaruh harga serta harga dalam kebijakan proses membeli jaket hodie (study diglory outfit Blitar)” Oleh Alfi Hidayati (2020), Mahasiswa IAIN Kediri. Penelitian kuantitatif merupakan jenis kepenelitian yang digunakan disini. Teknik pengambilan sample merupakan mengenakan probability sampling. Perolehan penelitian menunjukkan bahwasanya variabel harga (X) terdapatnya pengaruh dalam kebijakan pembelian hoodie diglory outfit Blitar. Poin uji korelasi pearson merupakan 0,738 serta poin signifikansi 0,000 yang berarti ada ikatan yang erat, variabilitas produk (Y), nilai uji Pearson 0,570 serta nilai signifikansi 0,000, memiliki hubungan sedang. 81,5% sedangkan 18,5% dipengaruhi oleh faktor lainnya.⁷

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan kepenelitian tersebut merupakan terdapat objek yang diteliti, tempat yang diteliti, serta teknik proses mengambil sampel. Jaket Hodie sebagai objeknya, sedangkan penelitian ini mengenakan buket. Tempat yang diteliti pun berbeda, penelitian sebelumnya berada di Blitar sedangkan penelitian ini berada di Trenggalek. Pada penelitian sebelumnya mengenakan teknik probability sampling, sedangkan penelitian ini mengenakan random sampling.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengenakan teknik kuantitatif serta sama-sama mengenakan variabel bebas yaitu harga dan keputusan pembelian sebagai variabel terikatnya.

⁷Alfi Hidayati, “Pengaruh harga serta variasi produk dalam kebijakan pembelian Jaket Hodie (Study kasus diglory outfit Blitar)” (*Skripsi Sarjana*, Fakultas Ekonomi serta Bisnis Islam IAIN Kediri, 2020), 56.

3. “*Pengaruh Persepsi dan Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso (Studi Pada Konsumen Prima Swalayan Nganjuk)*” Oleh Romadhona Rizky (2020), Mahasiswa IAIN Kediri.

Variabel X1 dan variabel X2 memiliki pengaruh secara simultan pada keputusan pembelian atau variabel Y. Penelitian ini memakai metode kuantitatif dan memakai analisis regresi linier berganda dan analisis korelasi. Hasil penelitian menunjukkan persepsi, kelompok referensi bersama sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian detergen rinso, dengan nilai t hitung sebesar 5,992 sedangkan 1 tabel diperoleh sebesar sebesar 1,660 dan signifikansi 0,000 yakni t hitung > dari table dan signifikansi < 0,05. Dengan besar pengaruh 38,4% sedangkan 61,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian.⁸

Hal yang sama pada penelitian ini yaitu yang pertama sama-sama menggunakan variabel Y keputusan pembelian, yang kedua yaitu menggunakan kuantitatif sebagai pendekatannya. Sedangkan hal yang beda yaitu pada variabel X, peneliti sebelumnya menggunakan persepsi dan kelompok referensi. Sedangkan pada penelitian ini menggunakan variabel harga. Selain itu, subjek penelitian nya pun berbeda.

⁸ Romadhona Rizky, *Pengaruh Persepsi, Kelompok Referensi terhadap Keputusan Pembelian Detergen Rinso (Studi Pada Konsumen Prima Swalayan Nganjuk)*, (Skripsi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Kediri, 2020).

4. *“Pengaruh Kelompok Acuan dan Persepsi Terhadap Keputusan Pembelian Pembalut Wanita Dukmen (Studi Kasus Santri Putri Pondok Pesantren Wali Barokah, Burengan, Banjarnegara, Kota Kediri)”* Oleh Ali Rahma Laili (2019), Mahasiswa IAIN Kediri.

Variabel X1 yaitu acuan, variabel X2 yaitu persepsi bersaa memiliki pengaruh stimultan pada variabel Y yaitu keputusan pembelian. Data terkumpul menggunakan angket dan juga dokumentasi utnuk 191 orang. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif. Dengan hasil menunjukkan variabel X1 dan X2 berpengaruh pada varaibel Y. Pada uji hipotesis, dan pada uji F menghasilkan F-hitung yang lebih besar dari F-tabel yaitu 193,3543. Dan uji determinasi yaitu 67,3%⁹

Hal yang sama pada penelitian penulis dengan penelitian sebelumnya yaitu pertama, sama-sama memakai penelitian tentang keputusan pembelian. Kedua, sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaan dengan penelitian terdahulu adalah terletak pada variabel x, jika penelitian terdahulu menggunakan kelompok acuan dan persepsi, maka penelitian ini menggunakan variabel harga.

5. *“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, serta Hargadalam rasa puas Konsumen Muslim diFood & Beverage diI-Club Madiun.”*, oleh Maya Puspa Iswantami (2019), Mahasiswa IAIN Ponorogo. Jenis penelitian tersebut merupakan metode kepenelitian kuantitatif. Sedangkan teknik

⁹ Ali Rahma Laili, *“Pengaruh Kelompok Acuan dan Persepsi Terhadap Keputusan PembelianPembalut Wanita Dukmen (Studi Kasus Santri Putri Pondok Pesantren Wali Barokah, Burengan, Banjarnegara, Kota Kediri)”*. (Skripsi) (Kediri: IAIN Kediri, 2019).

pengumpulan data yang dilaksanakan menggunakan kuesioner. Perolehan hasil penelitian mengemukakan bahwasanya variabel harga berpengaruh dalam rasa puas konsumen. Sedangkan variabel kualitas pelayanan serta harga tidak terdapat pengaruh dalam rasa puas konsumen. Tetapi dalam simultan kualitas pelayanan, harga, serta harga terdapatnya pengaruh dalam rasa puas konsumen yang mempunyai nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ataupun $11,957 > 2,70$ dalam signifikansi $0,000 < 0,05$.¹⁰

Perbedaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu terdapat pada objek serta lokasi yang diteliti. Penelitian sebelumnya memakai *Food & Beverage* sebagai objeknya, sedangkan penelitian ini memakai buket. Penelitian sebelumnya berada di Ponorogo, penelitian ini berada di Trenggalek.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya yaitu sama-sama mengenakan variabel bebas yang berupa harga, serta sama-sama menggunakan kuantitatif sebagai metode penelitiannya.

¹⁰ Maya Puspa Iwantami, "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, serta Variasi Produk dalam rasa puas Konsumen Muslim pada Food & Beverage di I-Club Madiun" (*Skripsi Sarjana*, IAIN Ponorogo, 2019), 25.