PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOWROOM MORTEN AUTO

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Sarjana

SOPIO SAPUTRA

24220032

PROGRAM STUDI

MANAJEMEN FAKULTAS

EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

JAKARTA

2026

PERSEMBAHAN

"Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan"

(QS. Al-Insyirah 94;5-6)

Dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati, penulis mempersembahkan karya sederhana ini kepada:

1. Terima kasih yang tak terhingga penulis sampaikan kepada Bapak Dasril dan Ibu Misraweni, yang telah membesarkan, mendidik, dan senantiasa memberikan doa yang tiada putus di setiap langkah penulis. Setiap pengorbanan, kasih sayang, dan dukungan baik moril maupun materiil yang diberikan menjadi kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.
2. Penulis menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada dosen pembimbing Ibu Instianti Elyana, M.M., M.Kom, atas segala waktu, tenaga, ilmu, kesabaran, arahan, dan bimbingan yang diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.
3. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada Jessica Aurelia Wijaya, yang telah bersama-sama berjuang, saling mendukung, berdiskusi, dan bertukar pikiran selama proses penelitian ini berlangsung.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya :

Nama : Sopio Saputra

Nim : 24220032

Program Studi : Manajemen Bisnis

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul : **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Showroom Morten Auto"** adalah asli (orisinal), bukan hasil plagiat (menjiplak), dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dalam bentuk apapun.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila dikemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari Universitas Nusa Mandiri dicabut/dibatalkan.

Jakarta, 27 Juli 2026

Yang menyatakan,



Sopio Saputra

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Sopio Saputra
Nim	: 24220032
Program Studi	: Manajemen Bisnis
Fakultas	: Ekonomi & Bisnis
Perguruan Tinggi	: Universitas Nusa Mandiri

Dengan ini saya menyatakan persetujuan untuk memberikan izin kepada pihak Universitas Nusa Mandiri berupa Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul " **Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Showroom Morten Auto** ".

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini kepada pihak Universitas Nusa Mandiri berhak menyimpan, mengalih-media atau format-kan, mengelolaannya dalam pangkalan data (database), mendistribusikannya dan menampilkan atau mempublikasikannya di internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari kami selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta karya ilmiah tersebut. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 27 Juli 2026

Yang menyatakan,



Sopio Saputra

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Sopio Saputra
NIM	:	24220032
Program Studi	:	Manajemen
Fakultas	:	Ekonomi Dan Bisnis
Jenjang	:	Strata Satu (S1)
Judul Tugas Akhir	:	Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Showroom Morten Auto

Telah dipertahankan pada periode 2026-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri.

Jakarta, 14 Agustus 2026

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Instianti Elyana , M.M., M.Kom.

Ditandatangani Digital:
Instianti Elyana
2026-08-18 14:19:34

D E W A N P E N G U J I

Penguji I : Dr. Sri Rusiyati , S.E., M.M. .....

Ditandatangani Digital:
Sri Rusiyati
2026-08-14 09:51:50

Penguji II : Bryan Givan, S.E., M.M. .....

Ditandatangani Digital:
Bryan Givan
2026-08-14 21:37:07

PEDOMAN PENGGUNAAN HAK CIPTA

Tugas Akhir yang berjudul "**Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Showrom Mobil Bekas Morten Auto.**" adalah hasil karya tulis asli Sopio Saputra dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja, serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik sebagian maupun seluruhnya karya tulis ini, tanpa seizin penulis.

Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atau peringkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.

Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama	: Sopio Saputra
Alamat	: Jl Sepat, Kebagusan, Pasar Minggu, Jakarta Selatan, DKI Jakarta
No. Telp	: (+62) 898626167
E-mail	: sopioawandha@gmail.com

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, kasih sayang, dan karunia-Nya yang tiada henti, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir dengan baik, dengan judul **"Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian Showroom Morten Auto."**

Tujuan penulisan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Nusa Mandiri. Sebagai bahan penyusunan Tugas Akhir ini penulis mendapatkan bahan penulisan yang diambil berdasarkan hasil penelitian,observasi dan beberapa sumber literatur yang dapat mendukung penulisan ini. Penulis berharap dapat memberikan kontribusi yang bermakna, baik dari sisi akademis sebagai referensi dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran, maupun dari sisi praktis sebagai bahan pertimbangan dalam perumusan strategi pemasaran perusahaan.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan dukungan, bantuan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan ketulusan, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Dwiza Riana, S.Si, M.M, M.Kom, IPU, ASEAN. Eng. Selaku rektor Universitas Nusa Mandiri
2. Ibu Dr. Nita Merlina, M.Kom, selaku wakil Rektor I Bidang Akademik Universitas Nusa Mandiri
3. Ibu Ida Zuniarti, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusa Mandiri
4. Ibu Instianti Elyana, MM, M.Kom, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri.
5. Ibu Instianti Elyana, MM, M.Kom, selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah memberikan arahan, masukan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir.
6. Bapak/ibu dosen Program Studi Manajemen Universitas Nusa Mandiri yang telah dengan tulus memberikan ilmu, bimbingan, dan wawasan yang sangat bermanfaat, baik untuk penyusunan tugas akhir ini maupun sebagai bekal dalam kehidupan di

masa yang akan datang.

7. Kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan dan perhatian, serta tak henti mendoakan yang terbaik untuk kelancaran pendidikan putranya.
8. Terima kasih kepada rekan-rekan mahasiswa, teman seperbimbingan, serta teman sekelas yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan ini. Kebersamaan, dukungan, dan semangat kalian memberikan warna tersendiri dalam setiap proses yang telah dilalui.

Penulis menyadari bahwa penulisan Tugas Akhir ini memiliki keterbatasan dan jauh dari kata sempurna, untuk itu segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi dunia akademik maupun bagi praktik bisnis di bidang manajemen pemasaran.

Jakarta, 27 Juli 2026

Penulis



Sopio Saputra

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan, baik secara langsung maupun melalui Keputusan Pembelian sebagai variabel mediasi, pada konsumen Morten Auto. Penelitian ini dilatar belakangi oleh pentingnya kualitas produk dan harga sebagai faktor penentu dalam membentuk keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan di tengah persaingan industri otomotif yang semakin ketat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Morten Auto. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan non probility sampling yaitu purposive sampling. Teknis analisis data yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan bantuan aplikasi SmartPLS, meliputi evaluasi model pengukuran Outer Model dan Inner Model. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Kualitas Produk, Harga, dan Keputusan Pembelian juga terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan Harga menunjukkan pengaruh paling dominan. Selain itu, Keputusan Pembelian terbukti berperan sebagai mediator yang menghubungkan pengaruh Kualitas Produk maupun Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi manajemen Morten Auto dalam merumuskan strategi terkait harga dan kualitas produk guna meningkatkan keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan, serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di bidang pemasaran.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of Product Quality and Price on Customer Satisfaction, both directly and through Purchase Decision as a mediating variable, among consumers of Morten Auto. This research is motivated by the importance of product quality and price as determining factors in shaping purchase decisions and customer satisfaction amid increasingly intense competition in the automotive industry. This study employs a quantitative approach using a survey method through the distribution of questionnaires to Morten Auto's consumers. The sampling technique used in this study is non-probability sampling, specifically purposive sampling. The data analysis technique applied is Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS) with the assistance of the SmartPLS application, encompassing the evaluation of both the Outer Model (measurement model) and the Inner Model (structural model). The results indicate that Product Quality and Price have a positive and significant effect on Purchase Decision. Product Quality, Price, and Purchase Decision are also proven to have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with Price showing the most dominant influence. Furthermore, Purchase Decision is proven to serve as a mediator linking the effects of both Product Quality and Price on Customer Satisfaction. This research is expected to serve as a consideration for Morten Auto's management in formulating strategies related to price and product quality to enhance purchase decisions and customer satisfaction, as well as to serve as a reference for future research in the field of marketing.

Keywords: Product Quality, Price, Purchase Decision, Customer Satisfaction.

UNIVERSITAS
NUSA MANDIRI

DAFTAR PUSTAKA

Abaitunnisa, F., Fandiyanto, R., & Praja, Y. (2024). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DENGAN MODERASI KUALITAS PELAYANAN PADA TOKO MARKAS BELI DI SHOPEE. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *3*(1), 117. https://doi.org/10.36841/jme.v3i1.4680

Adesya, A. N. F., & Muanas, A. (2025). Peran Citra Merek Dalam Memediasi Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal of Accounting and Finance Management*, *6*(2), 583–597. https://doi.org/10.38035/jafm.v6i2.1860

Agriawan, A., Rahmi, P. P., & Muttaqin, R. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Online Customer Revie Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce Tokopedia*.

Anugerah, R. O. A., & Sumantyo, F. D. S. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGA DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DI PT AGUNG ANUGERAH MOTOR BEKASI. *JURNAL ECONOMINA*, *2*(3), 766–784. https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.399

Apriansyah, A., & Sukma, R. P. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Digital MarketingTerhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan PembelianDi Three Buns Burger Jakarta*.

Arfah, Y. A. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. https://books.google.co.id/books?id=nTxlEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false

Armstrong, G., & Kotler, P. (2023). *Marketing An Introduction15E*.

Asan, J., Rahman, A., & Rachmawati, I. (2024). PENGARUH KUALITAS LAYANAN, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS PADA SHOWROOM UD. PRIMA MOBIL MALANG. *Jurnal Ilmiah Riset Aplikasi Manajemen*, *2*(1). https://doi.org/10.32815/jiram.v2i1.49

Badan Pusat Statistik. (2026, February 23). *Jumlah Kendaraan Bermotor Menurut Provinsi dan Jenis Kendaraan (unit), 2025*. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/VjJ3NGRGa3dkRk5MTlU1bVNFOTVVbmQyVURSTVFUMDkjMw==/jumlah-kendaraan-bermotor-menurut-provinsi-dan-jenis-kendaraan--unit---2023.html

BPS DKI Jakarta. (2026, February 20). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin (jiwa) di Provinsi DKI Jakarta, 2026*. https://jakarta.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMyMzMTAw/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--ribu-jiwa--di-provinsi-dki-jakarta.html?year=2026

Bryner, T. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN SEPEDA MOTOR HONDA DI SURABAYA*.

Fadini, A., Mustari, M., Tadampali, A. C. T., & Nurjannah, N. (2025). PENGARUH BRAND IMAGE, KUALITAS PRODUK, DAN POTONGAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, *10*(1). https://doi.org/10.31932/jpe.v10i1.4271

Fatih, M. R. I., Winarso, W., & Anas, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA KEDAI KOPI KAWULA MUDA BEKASI TIMUR. *JURNAL ECONOMINA*, *2*(10), 2756–2774. https://doi.org/10.55681/economina.v2i10.902

GAIKINDO. (2026, February 5). *Industri Otomotif Masuk Empat Besar Penyumbang PDB Ekonomi Indonesia*.

Hair, J. F., Hult, T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2022). *A Primer On Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)* (Third).

Hamdani, S. F., Komaludin, A., & Hanapia, A. Y. (2024). Pengaruh Harga, Pendapatan, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dengan Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening. *Journal of Comprehensive Science (JCS)*, *3*(7), 2227–2240. https://doi.org/10.59188/jcs.v3i7.783

Hansen, C., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Mobil Hyundai pada PT Pionir Auto Mobil. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, *6*(5), 551. https://doi.org/10.32493/drb.v6i5.30515

Haryadi, H. K. S. O., & Henryanto, A. G. (2025). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI PADA KEPUASAN PELANGGAN KOPI KENANGAN DI SURABAYA: KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI*.

Hasan, F. A., Muzakir, M., Wahyuningsih, W., & Evrianti, H. (2025). Influencer Marketing and Product Quality Shaping Customer Satisfaction via Purchase Decisions. *Indonesian Journal of Innovation Studies*, *26*(3). https://doi.org/10.21070/ijins.v26i3.1500

Hermawan, J., Tirtayasa, S., & Suwito. (2023). *Pengaruh Citra Perusahaan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Mediasi Keputusan Pembelian Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Indihome Bisnis PT. Telkom Witel Medan)*.

Hermawan, M. D. R., Arisman, A., & Pauzy, D. M. (2024). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Showroom Mobil Surya Medal Group di Kabupaten Tasikmalaya*.

Indrasari, M. (2019). *PEMASARAN DAN KEPUASAN PELANGGAN*.

Juntoro, E. (2024, October 18). *10 Bursa Mobil Jakarta Terbesar dan Terlengkap se-Indonesia!* https://carsgallery.co.id/blog/bursa-mobil-jakarta/

Kairupan, B. B. Z., Tawas, H. N., & Dotulon, L. O. H. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI (STUDI PADA SHOWROOM SUMBER KARUNIA MANADO)*.

Khotimah, I., & Armaniah, H. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Sumber Rejeki Tehnik Sukses. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Akuntansi*, *2*(1), 249–256. https://doi.org/10.63921/jmaeka.v2i1.285

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *MARKETING MANAGEMENT*.

Kurnia, D. B., & Faroh, W. N. (2024). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Bekas Pada Showroom Sobon Auto Depok*.

Lionarto, L., Tecoalu, M., & Wahyoedi, S. (2022). Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Mobil yang Dimediasi Kepuasan Konsumen. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *4*(1), 527–545. https://doi.org/10.31539/jomb.v4i1.3709

Murdani, B. (2023). *PENGARUH INOVASI PRODUK, HARGA DAN CITRA MERK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS (STUDI KASUS SHOWROOM THE KING COBRA AUTO JAKARTA TIMUR)*.

Nofiana, L., & Wardani, R. (2024). *PENGARUH CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK NABATI SIIP PADA PT. PINUS MERAH ABADI DI SAMPIT Penulis*.

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Orlando, J., & Harjati, L. (2022). *PENGARUH ATRIBUT PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI RUMAH MAKAN AA RAFFI FRIED CHICKEN SINDANGBARANG BOGOR*. *6*(1).

P. R. Octaviyani. (2026, February 26). *Mobil Bekas Lebih Laris dari Mobil Baru di 2026: Tren, Harga, & Tips Mudik*. https://mediaindonesia.com/otomotif/867687/mobil-bekas-lebih-laris-dari-mobil-baru-di-2026-tren-harga--tips-mudik

Pahmi. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*.

Pangemanan, S. P., & Rawis, J. E. O. (2024). *MANAJEMEN PEMASARAN* (1st ed.). http://repository.mediapenerbitindonesia.com/279/1/%28%2BISBN%29T246-Manajemen_Pemasaran.pdf

Pasau, V. S., Marewa, J. B., & Rundupadang, H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada GD. Printing dan Decal Design Toraja Utara Periode 2023-2024. *EKOMA : Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi*, *3*(6), 637–648. https://doi.org/10.56799/ekoma.v3i6.4469

Pratama, A. Y., & Wiyadi, W. (2024). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK BITTERSWEET BY NAJLA DENGAN KEPUASAN KOSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI. *JURNAL LENTERA BISNIS*, *13*(2), 915. https://doi.org/10.34127/jrlab.v13i2.1097

Puspita, H. J., & Malik, A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian: Systematic Review. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, *5*(1), 408–416. https://doi.org/10.60036/jbm.v5i1.371

Putra, F. E. Y. H., Hamdun, E. K., & Subaida, I. (2023). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA

PRODUK AIR MINERAL MEREK KN DI SITUBONDO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *2*(7), 1398. https://doi.org/10.36841/jme.v2i7.3555

Putri, C. A., & Trisnowati, J. (2026). *ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK,KUALITAS PELAYANAN, DAN HARGATERHADAP KEPUASANKONSUMEN DIRUMAHMAKANSFA STEAK & RESTO KARANGANYAR*.

Ramadhan, D. R., & Ariasih, M. P. (2025). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Daihatsu Singaraja*.

Ramadhan, F., Febrianata, E., Aquino, R., & Adha, S. (2026). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PT. ROYAL BESTINDO SHAKTI*. *7*(1).

Ramadhani, F. Y., & Ali, H. (2025). Determinasi Keputusan Pembelian: Analisis Strategi Pemasaran, Perilaku Konsumen dan Teknologi terhadap Keputusan Pembelian. *Dinasti Information and Technology*, *2*(4), 145–155. https://doi.org/10.38035/dit.v2i4.1793

Ritonga, W. (2020). *Pemasaran*. https://drive.google.com/drive/folders/1G_bMz4bacZ4sqF4zYZdtoEcweA-4P0gU

Romadhoni, B. B., Akhmad, A., Syah, F., & Mauliana, D. (2024). Peran Citra merek Gaya Hidup Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Honda. *Jurnal Manajemen STIE Muhammadiyah Palopo*, *10*(1), 163. https://doi.org/10.35906/jurman.v10i1.2020

Rombe, E., Nurmalasari, N. R., Bachri, S., & Auriza, M. Z. (2023). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING INSTAGRAM DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK THRIFT DAN DAMPAKNYA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA YOUTH THRIFT MARKET DI KOTA PALU. *MANAJEMEN DEWANTARA*, *7*(3), 13–25. https://doi.org/10.30738/md.v7i3.14873

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI

Saepuloh, A., & Handoko, B. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL BEKAS PADA SHOWROOM MOBIL NURAYHAN MOTOR. *Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah*.

Sari, P. A. P., Wahyuni, I., & Ediyanto, E. (2024). PENGARUH KERAGAMAN PRODUK, FASILITAS DAN E-WOM TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA CAFE FORTUNA DENGAN KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *3*(6), 1133. https://doi.org/10.36841/jme.v3i6.5033

Sariatin, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 1258–1261. https://doi.org/10.37034/infeb.v5i4.772

Satdiah, A., Siska, E., & Indra, N. (2023). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Cat De'lucent Paint. *CiDEA Journal*, *2*(1), 24–37. https://doi.org/10.56444/cideajournal.v2i2.775

Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel.*

Septianingrum, N. A., Tulhusnah, L., & Pramitasari, T. D. (2025). KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITA RASA DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA WARUNG RAWON DAN SOTO BANYUWANGI DI KELURAHAN KOTAKULON, BONDOWOSO. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *4*(5), 1017. https://doi.org/10.36841/jme.v4i5.6775

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, *3*(1).

Silitonga, A. M. M., Adrian, & Hendratni, T. W. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN PEMBERSIH RUMAH TANGGA PADA PT. TATEA JAYA KONSTRUKSI*.

Soetiyono, A., & Alexander, A. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Marketplace di Indonesia. *ECo-Buss*, *7*(3), 2055–2071. https://doi.org/10.32877/eb.v7i3.2148

Sugiyono. (2023). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D* (5th ed.).

SUHARTO, M. MP. D. DR. (2025). Effect Of Price And Product Quality On Purchasing Decisions That Have An Impact On Customer Satisfaction. *JURNAL KEWIRAUSAHAAN, AKUNTANSI DAN MANAJEMEN TRI BISNIS*, *7*(1), 25–32. https://doi.org/10.59806/jkamtb.v7i1.487

Suliyana, P. M., Soeliha, S., & Sari, R. K. (2024). PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KETERSEDIAAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KEPUTUSAN PEMBELIAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA UD. SUMBER REJEKI KABUPATEN JEMBER. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *3*(2), 292. https://doi.org/10.36841/jme.v3i2.4832

Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA GRABFOOD (STUDI WILAYAH KECAMATAN SETIABUDI). *Jurnal Ilmiah M-Progress*, *12*(1). https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867

Suryawardana, E., Putri, F. V., Rizkiana, C., & Indriyanti, I. S. (2024). *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA GAIA SHOP*.

Tedyarto, D. B., Hijuzaman, O., & Sutartiah, F. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Toko Boysdontcry dengan Menggunakan Metode Structural Equation Modelling (SEM). *Journal Social Society*, *5*(2), 1536–1550. https://doi.org/10.54065/jss.5.2.2025.913

Tehuayo, E., Pelupessy, M., & Kampono, F. (2025). *Implementasi Strategi Pemasaran untuk Mendorong Keputusan Pembelian Mobil Bekas: Tinjauan Kualitas Produk dan Promosi Authors*.

Tjiptono, F., & Chandra, G. (2020). *Pemasaran Strategik*.

Utami, A. A. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan, Dan Tempat Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital*, *3*(2), 108–115. https://doi.org/10.38035/jmpd.v3i2.328

warrantysmartindonesia. (2026, January 21). *Tren Penjualan Mobil Bekas 2026: MPV dan LCGC Masih Jadi Andalan Konsumen Indonesia*. https://warrantysmartindonesia.com/blog/tren-penjualan-mobil-bekas-2026-mpv-dan-lcgc-masih-jadi-andalan-konsumen-indonesia

Wibowo, A. (2024). *Panduan Lengkap Analisis SEM-PLS Untuk Pemula*.

Yamin, S. (2022). *Olah Data Statistik: SmartPLS 3, SmartPLS 4, AMOS & STATA (Mudah & Praktis)*.

Zubairi, A., Ediyanto, E., & Praja, Y. (2022). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DENGAN MEDIASI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA INDUSTRI MAKMUR JAYA DI BESUKI. *Jurnal Mahasiswa Entrepreneurship (JME)*, *1*(4), 677. https://doi.org/10.36841/jme.v1i3.2054

UNIVERSITAS NUSA MANDIRI