





# JURNAL ILMIAH EKONOMIKA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA

Volume 18 Nomor 01, April 2025

p-ISSN 2085-0352

e-ISSN 2775-6823

*Ekonomika Adalah Jurnal Ilmiah Yang Menyajikan Berbagai Tulisan Ilmiah Dalam Bentuk Ringkasan Hasil Penelitian, Artikel Ilmiah, dan Resensi Buku di Bidang Ilmu Ekonomi. Redaksi Mengundang Para Pakar, Praktisi, Akademisi, Peneliti, dan Siapa Saja Yang Peduli Dengan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi. Diterbitkan secara berkala 2 (dua) kali dalam 1 (satu) tahun (Edisi Bulan April dan Oktober) oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja, Kabupaten Ogan Komering Ulu (OKU) Provinsi Sumatera Selatan.*

**Penanggung Jawab :**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja  
Dr.E. MARDIAH KENAMON, S.E., M.Si.

**Pemimpin Redaksi :**

ANDRI IRAWAN, S.E., M.Si.

**Mitra Bestari :**

RATNA SETYAWATI GUNAWAN, S.E., M.Si. (Universitas Jend. Soedirman, Purwokerto);  
YULIA INDRAWATI, S.E., M.Si. (Universitas Jember); MUKHLIS, S.E., M.Si. (Universitas Sriwijaya);  
Drs. SYAFARUDDIN ALWI, M.S. (Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta);  
SYAIFUL SAHRI, S.E., M.Si. (Universitas Tridinianti, Palembang).

**Dewan Penyunting :**

Dr. RINI EFRIANTI, S.E., M.Si.; Dr. E. YUNITA SARI, S.E., M.Si.; Dr. LISA HERMAWATI, S.Pd., M.Si.;  
ROSMALA DEWI, S.E., M.Si; RR. DIMAS VERONICA PRIHARTI, S.E., M.M.; ALI AKBAR, S.E., M.Si.;  
EKA MEILIYA DONA S.E., M.Si., Ak., C.A.

**Setting & Layout :**

DYAH AYU PUTRIANI, S.Pd., M.Si.;  
FIRMAN TOHIRI, S.Pd.

**Sirkulasi dan Distribusi :**

ASMAUL HUSNAH, S.E.

**ALAMAT REDAKSI :**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS BATURAJA**  
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU 32115 Sumsel  
Telepon/Fax : (0735) 326122

Website: <http://www.fe.unbara.ac.id>

e-journal website: <http://journal.unbara.ac.id/index.php/fe>

Email: [ekonomika.unbara@gmail.com](mailto:ekonomika.unbara@gmail.com) / [fe@unbara.ac.id](mailto:fe@unbara.ac.id)

**Contact Persons:**

- Andri Irawan, S.E., M.Si. (0856 6937 9225);
- Dyah Ayu Putriani, S.Pd., M.Si. (0852 0060 2990).

---

Redaksi menerima naskah berupa artikel ilmiah, ringkasan hasil penelitian dan resensi buku di bidang Ilmu Ekonomi yang belum pernah diterbitkan oleh media lain. Naskah dikirim dalam bentuk file *softcopy*/CD, atau via e-mail ke alamat Kantor/E-mail Redaksi Jurnal Ekonomika dengan format seperti tercantum pada halaman dalam *cover* belakang.

Redaksi berhak menyunting naskah tanpa mengubah substansi.

## DAFTAR ISI

	HAL.
1. PENGARUH DISIPLIN KERJA DAN ROTASI JABATAN TERHADAP PRODUKTIFITAS KERJA KARYAWAN PADA PT. MITRA BETON MANDIRI PROYEK BENDUNGAN TIGADIHAJI OKU SELATAN <i>Riki Virdianto, Rr. Dimas Veronica Priharti dan Eka Meiliya Dona .....</i>	01 – 18
2. SEMANGAT KERJA DAN MOTIVASI KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA KANTOR CAMAT LUBUK BATANG KABUPATEN OGAN KOMERING ULU (OKU) <i>Weni Agustina, Novie Al Muhariah dan Darman Syafe'i .....</i>	19 – 32
3. PENGARUH BEBAN KERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP <i>TURNOVER INTENTION</i> KARYAWAN DI PT. FIF GROUP CABANG BATURAJA <i>Fiter Rio Perdinan, Dyah Ayu Putriani dan Tati Herlina .....</i>	33 – 52
4. PENGARUH <i>GROSS PROFIT MARGIN</i> DAN <i>RETURN ON EQUITY</i> TERHADAP HARGA SAHAM PERUSAHAAN MANUFAKTUR SUBSEKTOR KOSMETIK DAN BARANG KEPERLUAN RUMAH TANGGA YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA TAHUN 2018-2023 <i>Desta Ariani, Lisa Hermawati dan Andri Irawan .....</i>	53 – 65
5. FAKTOR-FAKTOR MEMPENGARUHI KOMITMEN ORGANISASI PEGAWAI BANK SUMSEL BABEL CABANG MUARADUA <i>Ervin Mardalena dan Noviansyah.....</i>	66 – 77
6. PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PRODUK KERIPIK SINGKONG PEDAS (Studi Kasus pada <i>Dono Home Industry Food and Snack di Baturaja</i> ) <i>Anisa Wahida, Rosmala Dewi dan Nourma Wulanda.....</i>	78 – 94
7. STRATEGI PENGUATAN SDM BERBASIS KOMPETENSI DAN PENEMPATAN KERJA: DAMPAKNYA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PTPN VII <i>Halimatus Syakdiah, Delvina Yulanda dan Yussi Rapareni .....</i>	95 – 110



---

## PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KERIPIK SINGKONG PEDAS (Studi Kasus Pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja)

---

Anisa Wahida<sup>1</sup>, Rosmala Dewi<sup>2</sup>, dan Nourma Wulanda<sup>3</sup>

*Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja*

Email: [anisawahida47@gmail.com](mailto:anisawahida47@gmail.com)<sup>1</sup>, [rosmaladewi0310@gmail.com](mailto:rosmaladewi0310@gmail.com)<sup>2</sup>, dan  
[wulandanourma18@gmail.com](mailto:wulandanourma18@gmail.com)<sup>3</sup>

---

### KEYWORDS:

*Product Quality,  
Price, Purchase Decision*

*This is an open access article  
under the [CC-BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license*



### Abstract

*This study discusses the Influence of Product Quality ( $X_1$ ), and Price ( $X_2$ ) on Purchase Decisions ( $Y$ ) a case study on *Dona home food and snack industry in Baturaja*. The population in this study is consumers who shop directly at the *Dona home industry food and snack store in Baturaja* which totals 88 people. This study is quantitative research with the analysis method used, namely Multiple Linear Regression Analysis which uses Validity and Reliability Tests. The results of the analysis show that Product Quality and Price Variables affect Purchase Decisions both partially and simultaneously. The coefficient of determination ( $R^2$ ) was obtained as 0.595. This shows that the contribution of Product Quality ( $X_1$ ) and Price ( $X_2$ ) to the Purchase Decision ( $Y$ ) of the Product is 59.5% while the remaining 40.5% is influenced by other variables that are not included in this model such as promotion, distribution channel (Kotler, P., & Keller, 2016).*

### PENDAHULUAN

Di Indonesia industri yang terus berkembang adalah makanan ringan atau snack. Hal ini disebabkan oleh perubahan gaya hidup masyarakat, di mana orang lebih cenderung memilih makanan yang praktis dan mudah diakses. Keripik singkong pedas adalah salah satu jenis makanan ringan yang sangat disukai banyak orang. Menurut (Ariyanto, 2023:2) Pemasaran adalah sebuah proses manajemen yang mendorong individu atau kelompok untuk mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu dengan membuat, menjual, dan mempertukarkan barang yang bernilai. Manajemen pemasaran bekerja untuk membuat produk, yaitu barang dan jasa, lebih dikenal oleh masyarakat umum. Salah satu faktor yang berpengaruh

terhadap keputusan konsumen untuk membeli adalah Kualitas Produk Menurut Kotler dan Armstrong (2014:253). dalam (Arianto et al., 2022:197) “Kualitas produk adalah karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan.”. Hal ini dikarenakan semakin baiknya kualitas produk maka semakin meningkatnya keputusan pembelian.

Faktor yang paling berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk membeli sesuatu adalah Harga, karena harga mencerminkan nilai atau keuntungan yang diperoleh konsumen dari suatu produk. Berat pada keripik Dona ini pun beragam sesuai dengan kemasannya. Yang dimana untuk kemasan premium adalah 175 gram, sedangkan kemasan biasa berkisar dari 250 hingga 1000 gram. Namun berjalannya waktu untuk Beratnya bisa berubah seiring waktu. Harga merupakan salah satu faktor penting dalam keputusan konsumen; mereka cenderung memilih produk yang lebih terjangkau tetapi memiliki kualitas yang sama.

Menurut (Fauzi,dkk 2023:3) Elemen penting dalam perilaku konsumen adalah keputusan pembelian, yang secara umum dijelaskan sebagai sikap seseorang untuk membeli atau menggunakan produk, baik barang atau jasa. Keputusan ini pada dasarnya didasarkan pada keyakinan bahwa produk tersebut akan memenuhi kebutuhan dan keinginan individu, termasuk kesiapan mereka untuk menanggung risiko yang mungkin timbul. Dalam hal ini, pemasar harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Ini adalah proses yang melibatkan penilaian dan pemilihan berbagai pilihan yang sesuai dengan kepentingan individu, dengan tujuan akhir adalah membuat pilihan yang dianggap paling menguntungkan.

Industri makanan ringan seperti keripik singkong pedas mengalami persaingan yang semakin ketat dalam beberapa tahun terakhir. Banyak merek baru muncul dengan berbagai rasa dan kemasan yang menarik. Hal ini memungkinkan pelanggan memiliki banyak pilihan dan menjadi semakin selektif saat memilih barang yang mereka beli. Oleh karena itu, *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja harus mempertimbangkan faktor-faktor yang dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk membeli barang-barangnya. Dua faktor penting yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah Kualitas Produk dan Harga. Produk dengan rasa, tekstur, dan kemasan yang menarik akan membuat pelanggan tertarik untuk membeli, dan harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas juga akan menjadi pertimbangan. Berdasarkan hasil pra-penelitian,

ditemukan fenomena terkait kualitas produk. Hal ini dibuktikan oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa pada variabel kualitas produk, indikator keandalan atau daya tahan (*reliability or durability*) memiliki nilai 76,7%, yang menunjukkan bahwa produk keripik singkong pedas pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja tidak dapat bertahan lama karena kandungan minyaknya mudah teroksidasi, membuat rasa dan bau yang tidak enak pada saat di makan, selain itu paparan udara dapat membuat keripik menjadi lembek dan basi .

Selain itu berdasarkan hasil pra-penelitian, ditemukan fenomena terkait harga. Hal ini dibuktikan oleh hasil kuesioner yang menunjukkan bahwa pada variabel harga, indikator harga mempengaruhi daya beli konsumen, tercatat nilai 76,6%, yang menunjukkan bahwa konsumen pernah menunda pembelian keripik ini karena harganya dianggap terlalu tinggi. Alasan ini muncul karena harga yang dirasa tidak sebanding dengan produk yang ditawarkan, sehingga konsumen merasa perlu mempertimbangkan kembali pembelian atau memilih produk lain yang lebih terjangkau. Dari sudut pandang konsumen, hal ini menunjukkan bahwa ada masalah terkait harga yang memengaruhi daya beli konsumen terhadap produk studi kasus pada *Dona Home Industry Food and Snack* di Baturaja.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Kualitas Produk**

Salah satu faktor yang memengaruhi keputusan konsumen untuk membeli suatu produk adalah Kualitas Produk, yang berarti bahwa produk yang ditawarkan kepada konsumen memiliki nilai jual yang lebih tinggi. Karena hanya perusahaan tertentu yang memiliki keunggulan ini, perusahaan harus berkonsentrasi pada kualitas produknya dan membandingkannya dengan produk perusahaan lain agar dapat terus mengembangkan dan meningkatkan produknya. (Suwardi & Berliana, 2022:20).

### **Indikator Kualitas Produk**

Menurut (Harjadi & Arraniri, 2021: 36) yang dapat disimpulkan bahwa ada beberapa dimensi kualitas produk sebagai berikut:

- 1) *Performance* (Kinerja),
- 2) *Range and type of features* (Rentang dan jenis fitur),

- 3) *Realibility atau durability* (Keandalan dan daya tahan),
- 4) *Sensory characteristic* (Ciri sensorik),
- 5) *Ethical profil and image* (Kesan pelanggan).

### **Harga**

Menurut (Fahrudin dkk, 2022:2). Harga adalah jumlah nilai yang dapat ditukarkan oleh pelanggan dengan keuntungan memiliki atau menggunakan produk. Nilai produk dapat ditentukan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau penjual dapat menetapkan harga untuk semua pembeli pada harga yang sama.

(Asti & Ayuningtyas, 2020:6). Menyatakan bahwa Semua orang sekarang mengenal istilah "harga" karena kemajuan ekonomi, seperti bunga dalam layanan bank dan biaya dalam bisnis akuntansi, periklanan, dan konsultan. Harga adalah satu-satunya komponen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, dan komponen lainnya hanya merupakan biaya. Harga biasanya dihasilkan dari tawar-menawar antara penjual dan pembeli setelah mencapai kesepakatan harga.

### **Indikator Harga**

Menurut Kotler (2008:345) dalam (Indasari, 2019: 42-43) Terdapat 6 Indikator harga yaitu sebagai berikut:

- 1) Keterjangkauan Harga,
- 2) Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk,
- 3) Daya Saing Harga,
- 4) Kesesuaian Harga dengan Manfaat Produk,
- 5) Harga Mempengaruhi Daya Beli Konsumen,
- 6) Harga Dapat Mempengaruhi Keputusan Konsumen.

### **Keputusan Pembelian**

Menurut Philip Kotler dalam (Putri, 2023:6) meskipun Anda telah membuat keputusan untuk membeli merek yang paling disukai, ada dua hal yang dapat memengaruhi keputusan Anda. Yang pertama adalah sikap orang lain, dan yang kedua adalah keadaan yang tidak diharapkan.

Menurut (Idrus, 2019:59) pengambilan keputusan adalah proses memilih dan menentukan beberapa alternatif berdasarkan kepentingan seseorang kelompok yang

dianggap memiliki tingkat keuntungan paling besar dari alternatif-alternatif lainnya. Dimulai dengan mencari masalah yang paling utama, kemudian membuat alternatif jawaban, menganalisis masalah yang muncul, dan terakhir memilih yang paling menguntungkan. Proses evaluasi adalah langkah terakhir dalam menilai efektivitas pemulihan keputusan yang sudah dibuat.

### **Indikator Keputusan Pembelian**

Menurut Tjiptono (2012:185) dalam (Indasari, 2019:74-75) Terdapat 5 indikator dalam keputusan pembelian yaitu:

- 1) Pilihan produk,
- 2) Pilihan merek,
- 3) Pilihan penyalur,
- 4) Waktu pembelian,
- 5) Jumlah pembelian,

### **Hubungan kualitas produk terhadap keputusan pembelian**

Menurut penelitian yang dilakukan (Setiabudi, 2023) telah ditemukan bahwa faktor kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen tentang apa yang mereka beli. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memainkan peran penting dalam keputusan konsumen tentang apa yang mereka beli. Jika produk yang diberikan kepada konsumen memiliki kualitas yang baik, ini akan menguntungkan perusahaan, tetapi jika tidak, ini tidak akan menguntungkan perusahaan.

### **Hubungan kualitas produk dan Harga terhadap keputusan pembeli**

Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Saputra, 2020), dapat disimpulkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap pilihan konsumen tentang apa yang mereka beli. Untuk meningkatkan penjualan dan loyalitas pelanggan, penetapan harga yang tepat sangat penting. Oleh karena itu, perusahaan harus mempertimbangkan strategi penetapan harga yang sesuai dengan kualitas produk dan harapan konsumen untuk mencapai hasil pemasaran yang optimal.

## METODE PENELITIAN

### Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Dona *Home Industry Food and Snack* di Baturaja, jalan. Garuda, No.662, Jalan Lintas,SPk, Kec, Baturaja Timur, Kabupaten Ogan Komering Ulu, Sumatera Selatan. Adapun variabel yang di teliti meliputi kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik singkong pedas.

### Populasi dan Sampel

#### Populasi

Menurut (Sujarweni, 2022:65) populasi adalah total jumlah objek atau subyek yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian dibuat kesimpulan. Adapun populasi dalam penelitian adalah konsumen yang mendatangi langsung Store Dona *home industry food and snack* di Baturaja yaitu sebanyak 114 responden.

#### Sampel

Menurut (Sugiyono, 2018:131) sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan *probability sampling* yaitu *simple random sampling* dimana pengambilan sampel dan populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (Sujarweni, 2022:69).

Untuk menentukan ukuran sampel, peneliti menggunakan Rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+(N \times e^2)}$$
$$n = \frac{114}{1 + (114 \times 0,05^2)}$$
$$= 88 \text{ orang}$$

Maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 88 responden.

### **Analisis Kuantitatif**

Menurut (Sekaran, U., & Bougie, 2016) analisis kuantitatif memungkinkan peneliti untuk menggambarkan dan menginterpretasikan fenomena sosial dengan menggunakan data yang dapat diukur dan dianalisis secara statistik untuk menguji hipotesis dan menjawab pertanyaan penelitian. Analisis kuantitatif terdiri dari sejumlah proses: pengumpulan data, pemrosesan data, analisis statistik, dan penarikan kesimpulan. Metode ini sering digunakan dalam penelitian psikologi, pemasaran, dan ilmu sosial untuk mengetahui bagaimana variabel berhubungan satu sama lain dan membuat prediksi berdasarkan data saat ini.

### **Uji Validitas**

Menurut (Priyatno, 2016:143) uji validitas digunakan untuk mengetahui seberapa cermat suatu sistem dalam mengukur apa yang ingin diukur, item dikatakan valid jika adanya korelasi antar skor totalnya. Kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka angket tersebut valid
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka angket tersebut adalah tidak valid

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, item-item yang dimasukkan ke uji reliabilitas adalah semua item yang valid saja, jadi item yang tidak valid tidak diikuti dalam analisis dan juga skor total tidak dimasukkan. Metode pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menggunakan batasan 0,6 menurut Sekaran dalam (Priyatno, 2016:158) Reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan diatas 0,8 adalah baik.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji normalitas, Menurut (Syafri, 2021:69) uji normalitas adalah menentukan apakah distribusi variabel independen dan dependen normal. Untuk model regresi yang efektif, analisis grafik dan uji statistik harus dilakukan, sesuai dengan persyaratan berikut:

- a. Jika nilai sig  $> 0,05$ , hipotesis diterima karena data terdistribusi normal.
- b. Jika nilai sig  $< 0,05$ , hipotesis ditolak karena data tidak terdistribusi normal.

### Uji Multikolinieritas

Tujuan dari uji multikolinieritas ini adalah untuk mengetahui apakah persamaan regresi menunjukkan bahwa ada korelasi di antara variabel bebas, (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan pada uji multikolinieritas yakni:

- a. Jika nilai toleransi  $> 0,10$  berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya, jika nilai tolansi  $< 0,10$  maka artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji
- b. Jika nilai VIF (*Variance Inflation Faktor*)  $< 10.00$  berarti tidak terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji. Sebaliknya jika VIF  $> 10.00$  artinya terjadi multikolinieritas terhadap data yang diuji Duli, (2019).

### Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Hidayatullah dkk., 2019:102) uji heteroskedastisitas digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi dengan varians dan residual satu ke pengamatan lainnya tidak sama. Untuk menentukan heteroskedastisitas, perhatikan hal-hal berikut:

- a. Apabila sig  $< 0.05$  maka terdapat masalah heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan mengalami heteroskedastisitas.
- b. Apabila sig  $> 0.05$  maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas, dimana variabel bebas dapat dinyatakan tidak mengalami heteroskedastisitas

### Analisis Linier Regresi Berganda

Menurut Sugiyono (2017:275) dalam (Sari, 2021:33) analisis regresi linier berganda digunakan oleh para peneliti untuk meramalkan bagaimana keadaan variabel dependen naik turun (kriterium), atau jika ada dua atau lebih variabel independen yang berfungsi sebagai faktor prediktor untuk meningkatkan atau mengubah nilainya. Secara umum, persamaan regresi linier berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

### Pengujian Hipotesis

#### Uji t (Pengujian Secara Individu/Parsial)

Uji parsial, juga dikenal sebagai uji t, memanfaatkan koefisien regresi secara parsial untuk menentukan signifikansi parsial atau masing-masing variabel bebas terhadap

variabel terikat menurut (Sahir, 2021:53). Menurut Sugiono (2017:240) dalam (Marlia, 2021:34) Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan uji t adalah sebagai berikut:

- $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak jika  $-t_{hitung} > -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , artinya tidak signifikan.
- $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima jika  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$  atau  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , artinya signifikan.

### **Uji F (Pengujian Secara Simultan)**

Menurut Ghozali (2016:96) dalam (Sari, 2021:35), uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen dalam model mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan. Uji ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan menemukan nilai signifikansi 0,05 dengan cara berikut:

1. Bila  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau probabilitas < nilai signifikan (Sig < 0,05), maka model penelitian dapat digunakan.
2. Bila  $F_{hitung} < F_{tabel}$  atau probabilitas > nilai signifikan (Sig > 0,05), maka model penelitian tidak dapat digunakan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

r tabel dicari pada signifikan 0,05 menggunakan uji 2 sisi dengan derajat kebebasan  $df=n-2$  atau  $88-2 = 86$  maka akan dapat r tabel sebesar 0,2096.

Berdasarkan hasil pengolahan data seluruh item pernyataan memiliki r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan valid dan sudah tepat sehingga dapat di simpulkan bahwa setiap item pernyataan dapat digunakan sebagai instrumen penelitian.

### **Uji Reliabilitas**

Berdasarkan hasil uji reliabilitas didapat bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dengan nilai 0.879, Harga (X2) dengan nilai 0,918 dan Keputusan Pembelian (Y) dengan nilai 0,906 memiliki nilai koefisien reliabilitas atau alpha > 0,6 bahwa seluruh variabel penelitian dapat dinyatakan reliabel dan memiliki nilai reliabilitas yang sangat tinggi.

**Hasil Uji Asumsi Klasik**

**Uji Normalitas**

**Tabel 1**  
**Uji Normalitas**

<b>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</b>		
		Unstandardized Residual
N		88
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	5,69529526
Most Extreme Differences	Absolute	,086
	Positive	,040
	Negative	-,086
Test Statistic		,086
Asymp. Sig. (2-tailed)		,148 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

*Sumber : Data primer diolah (2024)*

Berdasarkan tabel dapat dilihat bahwa nilai signifikan (Asymp. Sig. 2- tailed) yaitu 0,148 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa residual Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) Terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja) berdistribusi normal.

**Tabel 2**  
**Uji Multikolinearitas**

(Constant)	Tolerance	VIF
Kualitas produk	,455	2,200
Harga	,455	2,200

*Sumber: Data primer diolah (2024)*

Pada tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa nilai VIF pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 2.200 dan pada variabel Harga (X2) yaitu sebesar 2.200, karena nilai VIF pada masing-masing variabel independen <10 dan nilai tolerance pada masing-masing variabel independen > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa terbebas dari gangguan multikolinearitas, artinya model regresi pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap

Keputusan Pembelian Produk tidak terjadi gejala multikolinearitas atau tidak ada hubungan antar variabel independen dalam model regresi.

**Uji Heteroskedastisitas**

**Tabel 3**  
**Uji Glejser**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,474	1,902		,249	,804
	Kualitas produk	-,021	,062	-,053	-,340	,735
	Harga	,097	,048	,315	2,036	,045

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan table 3 diatas diketahui bahwa nilai signifikan (2-tailed) pada variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0.735. Dapat dilihat, bahwa nilai signifikan variabel tersebut lebih dari 0,05. Kemudian pada variabel Harga (X2) sebesar 0.045 nilai signifikan variabel Keputusan Pembelian (Y) lebih besar dari 0,05. Dengan demikian dapat di simpulkan bahwa tidak terjadi masalah heterokedastisitas pada model regresi.

**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

**Tabel 4**  
**Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	8,756	3,490		2,509	,014		
Kualitas produk	,246	,114	,222	2,163	,033	,455	2,200
Harga	,507	,088	,593	5,787	,000	,455	2,200

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan pada table 4 diatas diatas maka dapat dibentuk persamaan yaitu sebagai berikut:

$$Y = 8.756 + 0.246 X_1 + 0.507 X_2$$

Nilai konstanta bernilai positif sebesar 8.756 artinya jika nilai Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Harga ( $X_2$ ) bernilai 0 (nol) maka Keputusan Pembelian ( $Y$ ) sebesar nilai konstanta yaitu 8.756. b. Nilai koefisien regresi variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) sebesar 0.246 bernilai positif menyatakan bahwa setiap Kualitas Produk ( $X_1$ ) meningkat sebesar satu-satuan, maka variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan sebesar 0.246 dengan ketentuan variabel Harga ( $X_2$ ) searah dan nilai nya tetap. Nilai koefisien regresi variabel Harga ( $X_2$ ) sebesar 0.507 bernilai positif menyatakan bahwa setiap kenaikan Harga ( $X_2$ ) meningkat sebesar satu-satuan, maka variabel Keputusan Pembelian ( $Y$ ) akan mengalami peningkatan besar 0.507 dengan ketentuan variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) searah dan nilainya tetap.

### Pengujian Hipotesis

#### Pengujian Secara Individual (Parsial) Dengan Uji-t

**Tabel 5**

**Hasil Pengujian Secara Parsial (t-test)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	8,756	3,490	
	Kualitas produk	,246	,114	,222
	Harga	,507	,088	,593

Sumber: Data primer diolah (2024)

Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh koefisien t-hitung variabel Kualitas Produk sebesar 2,163 dan Harga sebesar 5,787 kemudian nilai t-tabel dicari dengan  $df = n - k - 1 = 88 - 2 - 1 = 85$ , pada tingkat keyakinan 95%, taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05. Pengujian dua sisi ( $\alpha/2 = 0,025$ ), didapat t-tabel sebesar 1.988. t-hitung 2,163 > t-tabel 1.988 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja).

t-hitung 5,787 > t-tabel 1.988 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya bahwa ada pengaruh signifikan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja).

**Pengujian Secara Keseluruhan (Simultan) Dengan Uji-F**

**Tabel 6**  
**Hasil Pengujian Secara Simultan (F-test)**

ANOVA <sup>a</sup>					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	4138,056	2	2069,028	62,321	,000 <sup>b</sup>
Residual	2821,966	85	33,200		
Total	6960,021	87			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN					
b. Predictors: (Constant), HARGA, KUALITAS PRODUK					

Sumber : Data primer diolah (2024)

Berdasarkan pada tabel diatas atau uji F, didapatkan Fhitung sebesar 62,321. Hasil tersebut kemudian dibandingkan dengan F tabel, F tabel di peroleh dengan melihat ( $df_1 = \text{jumlah variabel} - 1 = 3 - 1 = 2$  dan ( $df_2 = n - k - 1 = 88 - 2 - 1 = 85$  pada tingkat kepercayaan 95% atau  $\alpha = 5\%$  didapat Ftabel 3.10. Jadi Fhitung  $256.895 > Ftabel 3.10$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya secara simultan ada pengaruh signifikan kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk keripik singkong pedas (studi kasus pada *dona home industry food and snack* di Baturaja).

**Hasil Koefisien Determinasi**

**Tabel 7**  
**Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,771 <sup>a</sup>	,595	,585	5,76191
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk				

Sumber: Data primer diolah (2024)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,595 Hal ini menunjukkan berarti sumbangan pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk sebesar 59,5% sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukan dalam model ini seperti promosi, saluran distribusi (Kotler, P., & Keller, 2016).

## Pembahasan

Berdasarkan pada hasil analisis yang dilakukan menggunakan teknik analisisregresi linear berganda. Menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja), Artinya , jika Kualitas Produk (X1)dan Harga (X2) terus ditingkatkan maka akan semakin tinggi Keputusan Pembelian (Y) Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona *home industry food and snack* di Baturaja).

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan diketahui secara statistik variabel Kualitas Produk dan Harga berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja) baik secara parsial maupun simultan. Hasil analisis pada penelitian ini secara parsial atau uji t menunjukkan bahwa ada pengaruhsecara signifikan antara Kualitas Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona *home industry food and snack* di Baturaja).

Menurut teori hukum harga, ketika harga suatu produk meningkat, permintaan untuk produk tersebut cenderung menurun. Namun, hasil regresi dari penelitian ini menunjukkan bahwa kenaikan harga berhubungan positif dengan keputusan pembelian. Menurut (Wells,dkk 2018:145) dalam teori permintaan dan penawaran, Hasil regresi menunjukkan bahwa kenaikan harga (X2) berhubungan positif dengan keputusan pembelian (Y) karena faktor kualitas produk yang tinggi dapat membuat konsumen bersedia membayar lebih, serta adanya persepsi nilai dan segmentasi pasar yang mendukung keputusan tersebut meskipun bertentangan dengan teori hukum harga.

Hasil analisis koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,595, hal ini berarti sumbangan pengaruh variabel Kualitas Produk (X1) dan Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y) yaitu sebesar 59,5% dan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam mode ini seperti tempat, orang, saluran distribusi, proses dan bukti fisik.

Hasil penelitian ini didukung juga dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Saputra, 2020) melakukan penelitian tentang Harga dan Kualitas Produk, Serta Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian. Penelitian ini menggunakan Alat Analisis

Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan bahwa Harga dan Kualitas Produk, berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Distro Label Store Pekan Baru. Hasil dari penelitian juga menunjukkan bahwa Harga dan Kualitas Produk berhubungan positif dengan Keputusan pembelian.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Simpulan**

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja).
2. Secara simultan ada pengaruh signifikan Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Keripik Singkong Pedas (studi kasus pada dona home industry food and snack di Baturaja).
3. Koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,595. Hal ini menunjukkan berarti sumbangan pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian sebesar 59,5% sedangkan sisanya 40,5% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

### **Saran**

Kepada pemilik UMKM Dona Home Industry Food and Snack di Baturaja dapat meningkatkan daya saing dan pertumbuhan dengan mengembangkan produk baru, meningkatkan branding dan pemasaran di media sosial, memastikan kualitas melalui sertifikasi, menggunakan penjualan online dan partisipasi dalam event, memberikan pelayanan pelanggan yang responsif, mengikuti pelatihan manajemen, dan menambahkan informasi komposisi dan nilai gizi dalam kemasan produk untuk menarik perhatian pelanggan dan dapat menjadikan refensi untuk penelitian selanjutnya dengan menambahkan variabel Promosi digital.

---

---

## DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E., Eddy, Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, Yulianah, S., Yusuf, M., Irwansyah, R., Moonti, A., Sudarni, A. A. C., Endrawati, B. F., Suhadarliyah, Armiani, Andayani, S. U., & Tabun, M. A. (22 C.E.). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreas.
- Arianto, N., Asmalah, L., & Rahmat, F. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Studi pada Pengguna Mas Cleaner. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 5(2), 194. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v5i2.18521>
- Ariyanto, A. (2023). Manajemen Pemasaran. In *Widina Bhakti Persada Bandung*.
- Asti, E., & Ayuningtyas, E. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14. <https://doi.org/10.37366/ekomabis.v1i01.2>
- Fakhrudin, A. dk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Fauzi, R.U.A., & Permata, Z. I. . (2023). *Analisis Keputusan Pembelian*. ruang karya.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). *Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan*.
- Hidayatullah, S., Alvianna, S., Estikowati, Rachmawati, I. K., Waris, A., Aristanto, E., & Patalo, R. G. (2019). *Metodologi Penelitian Pariwisata* (Widi (ed.); 1st ed.). Uwais Inspirasi Indonesia.
- Idrus, salim al. (2019). *kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsep dan teori*. media nusa creativ.
- Indasari, M. (2019). *Pemasaran dan kepuasan pelanggan*. unitomo press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management*. Pearson Education.
- Meiria, E. (2021). *Bauran Pemasaran Islam Berbasis Nilai Pelanggan*. .PT RajaGrafindo Persada.
- Mochamad Deden Sukmana, M., Hannan, S., & Horas V Purba, J. (2020). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69–79. <https://doi.org/10.47860/economicus.v13i1.166>
- Pranandha, K. E. S., & Kusumadewi, N. M. W. (2022). Peran Word Of Mouth Memediasi Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsume. *E-Jurnal Manajemen*, 11(2302–8912), 445. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i03.p0>
- Priyatno, D. (2016). *Belajar Alat Analisis Data Dan Cara Pengolahannya Dengan SPSS*. Gava Media.
- Putri, Y. . (2023). *Keputusan Pembelian[:Tinjauan Melalui Bauran Promosi]*. Cv adanu Abimata.
- Racmad et, A. (2022). Manajemen Pemasaran. In *Eureka Media Aksara*. <https://repository.penerbiteureka.com/publications/558183/manajemen-pemasaran>
- Sahir, S. H. (2021). *Metodologi Penelitian*. KBM Indonesia.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). Pengaruh Promosi, Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Scarlett Whitening. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i5.931>
- Saputra, R. (2020). *pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian*

- pada distro label store pekan baru. universitas islam riau.*
- Sari, M. (2021). *Pengaruh Branding Dan Packaging Terhadap Keberhasilan Usaha Pada Umkm Pemasaran Kuliner Di Kecamatan Baturaja Timur*. Universitas Baturaja.
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business: A Skill-Building Approach*. NJ: Wiley.
- Setiabudi, H. H. (2023). *Pengaruh Word Of Mouth, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Halal Di Kota Semarang (Studi Pada Pengguna Produk Kosmetik Halal Seperti Wardah di Kota Semarang*. Universitas Semarang.
- Sugiono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. alfabeta.
- Sujarweni, V. W. (2022). *Metodologi Pemasaran*. Pustaka Baru Press.
- Suwardi, S., & Berliana, R. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(05), 19–28. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i05.274>
- Wells, P. K. dan R. (2018). *Quality Management for Organizations*. Worth Publishers.



# JURNAL ILMIAH EKONOMIKA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

### UNIVERSITAS BATURAJA

#### PEDOMAN PENULISAN NASKAH

1. Naskah yang dikirim belum pernah dimuat dalam media cetak lain, berupa hasil penelitian, gagasan/konseptual, kajian dan aplikasi teori, serta pembahasan kepustakaan dalam bidang ekonomi.
2. Artikel ditulis dalam Bahasa Indonesia atau Bahasa Inggris dengan menggunakan standar bahasa dan pengetikan yang baik dan benar. Penulisan menggunakan program *MS. Word*, spasi 1,5, bentuk huruf *Times New Roman*, Font 12, Margin kiri dan atas 3, kanan dan bawah 2.5, kertas ukuran A4, format halaman dalam bentuk 1 kolom, minimal 10 dan maksimal 15 halaman sudah termasuk lampiran.
3. Naskah yang diserahkan dalam bentuk 1 eksemplar *hard copy* dan 1 *soft copy* dalam bentuk CD atau via email, penyerahan naskah paling lambat dua bulan sebelum penerbitan.
4. Tulisan hasil penelitian, kajian dan aplikasi teori disajikan dengan sistematika penulisan sebagai berikut : (a) Judul, (b) Nama Penulis tanpa gelar dan Institusi penulis, (c) Abstrak dengan menggunakan bahasa Inggris apabila tulisan dalam bahasa Indonesia dan sebaliknya,  $\pm 250$  kata serta dicetak miring, (d) Kata Kunci (*key word*). (e) Pendahuluan berisi tentang latar belakang, rumusan masalah dan tujuan penelitian, (f) Tinjauan Pustaka, (g) Metode Penelitian, (h) Hasil Analisis dan Pembahasan, (i) Kesimpulan dan Saran atau Rekomendasi, (j) Daftar Pustaka dan (k) Lampiran (bila perlu).
5. Penulisan kutipan memuat nama belakang pengarang, tahun penulisan dan halaman, kutipan apabila satu penulis :..... (Widjaja, 2004:76), apabila dua penulis :..... (Setiaji dan Adi, 2007:89). Apabila lebih dari dua penulis:..... (Sugiyono, dkk., 2007:57).
6. Penulisan daftar pustaka diurutkan secara alfabetis, Daftar Pustaka memuat:
  - a. Nama penulis, dengan cara menuliskan terlebih dahulu nama belakang, kemudian nama depan (disingkat). Hal ini berlaku untuk semua nama, baik nama asing maupun nama Indonesia.
  - b. Tahun penerbitan, judul tulisan yang bersangkutan, dengan cara digaris bawahi atau dicetak miring, kota tempat penerbit berada, dan nama penerbit.
  - c. Baris pertama diketik mulai pukulan pertama dan baris kedua dan seterusnya diketik mulai pukulan kelima atau satu *tab* pada computer.
    - (1) Jika sumbernya berupa jurnal : Madiasmo, 2002. *Otonomi Daerah Sebagai Upaya Memperkokoh Basis Perekonomian Daerah*, Jurnal Ekonomi Rakyat, Th.1-No.4 Juni.
    - (2) Jika bersumber buku: Kuncoro, M., 2004. *Otonomi Daerah: Reformasi, Perencanaan, Strategi dan Peluang*, Jakarta : Erlangga.
    - (3) Jika bersumber dari luar jurnal dan buku: Sidik, Machfud., 2002. "Optimalisasi Pajak Daerah dan Retribusi Daerah dalam Rangka Meningkatkan Kemampuan Keuangan Daerah"., Makalah pada acara orasi ilmiah, tanggal 10 April, Bandung: Tidak diterbitkan, BAPPENAS 2003.; Peta Kemampuan Keuangan Provinsi Dalam Era, Otonomi Daerah: Tinjauan atas Kinerja PAD dan upaya yang dilakukan Daerah Jakarta: Direktorat Pengembangan Otonomi Daerah.
    - (4) Jika bersumber dari internet: Zain, W. 2008. *Inflasi dan Suku Bunga*. [www.hupelita.com/baca.php?id=38006](http://www.hupelita.com/baca.php?id=38006) { 1 jan 2009}
7. Naskah dikirim paling lambat dua bulan sebelum bulan penerbitan kepada:  
Redaksi Jurnal Ilmiah Ekonomika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Baturaja,  
Jl. Ki Ratu Penghulu No. 02301 Karang Sari, Baturaja OKU Sumatera Selatan (32115).  
E-Mail : [ekonomika.unbara@gmail.com](mailto:ekonomika.unbara@gmail.com) / [fe@unbara.ac.id](mailto:fe@unbara.ac.id)