



Volume 12 Nomor 3 Tahun 2023 Halaman 909- 916

ISSN: 2715-2723, DOI:10.26418/jppk.v12i3.63634

<https://jurnal.untan.ac.id/index.php/jpdpb>

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK MALAYSIA PADA MASYARAKAT KAWASAN PERBATASAN DI DESA JAGOI

Julita Nadia, Husni Syahrudin, Aminuyati

Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan
Universitas Tanjungpura

Article Info

Article history:

Received: 23 Februari 2023

Revised: 6 Maret 2023

Accepted: 09 Maret 2023

Keywords:

Harga, Kualitas produk,
Kualitas pelayanan, Lokasi,
Keputusan pembelian

ABSTRACT

This observe targets to determine the effect of price, product best, carrier first-class, and vicinity on buying decisions for Malaysian merchandise in Jagoi Village, Jagoi Babang District. The studies behavior using the explanatory method using a couple of linear regression. The information used is number one statistics obtained through a questionnaire. The effects of this have a look at suggest that the variables of charge, provider quality, and place have a considerable impact on shopping choices, even as variable product pleasant haven't any large impact on buying choices. hints that may be given are that enterprise owners who promote Malaysian products in border regions can maintain to improve fee competitiveness, provider excellent, and region aspects which in this look at become variables that significantly have an effect on the buying choices of border groups.

Copyright © 2022 Penulis 1, Penulis 2, dst.

□ Corresponding Author:

Julita Nadia

Universitas Tanjungpura, Jl. Prof. Dr H. Hadari Nawawi, Basir Laut, Kec Pontianak Tenggara, Pontianak

Email: julita_nadia@student.untan.ac.id

PENDAHULUAN

Negara yang banyak memiliki kepulauan dan keberagaman adat yang berbeda adalah negara Indonesia. Pulau yang berada diperbatasan langsung dengan negara tetangga terdapat di provinsi Kalimantan barat yaitu didaerah Kecamatan Jagoi Babang. Secara tidak langsung daerah yang berbatasan dengan negara Malaysia, cenderung bisa beradaptasi dengan kebiasaan-kebiasaan yang ada di negara tetangga. Berada di daerah yang terpencil, masyarakat di Jagoi Babang lebih mudah dalam mengakses barang-barang dari Malaysia dan ini sangat menguntungkan bagi masyarakat Jagoi Babang. Misalnya, untuk masuk ke negara lain khususnya negara Malaysia akan lebih dimudahkan dibandingkan dengan masyarakat yang tidak tinggal di daerah perbatasan. Mereka lebih mudah mendapatkan barang-barang impor dari Malaysia, karena berbatasan langsung dengan negara Malaysia.

Konsumen sering kali melakukan evaluasi saat ingin membeli produk dan jasa, sebelum melakukan pembelian untuk mencari keputusan membeli produk apa yang paling baik. Sebelum membuat keputusan tentu ada beberapa hal yang menjadi tahapan seperti identifikasi kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif sebelum pembelian seperti pembelian konsumsi dan evaluasi alternatif setelah pembelian. (Nordvall, 2014), menyebutkan bahwa proses pada untuk menuntukan pembelian itu merupakan tahap dimana pembeli menentukan produk apa yang akan dibeli. Pengambilan keputusan konsumen artinya proses terintegrasi guna mengintegrasikan pengetahuan untuk mengevaluasi 2 atau lebih perilaku alternatif dan menentukan galat satunya (Hidayat, 2016). pada keputusan pembelian produk, konsumen tidak selalu membeli produk baru tetapi barang tadi sebagai opsi atau pilihan konsumen. menurut warga desa jagoi kualitas produk asal malaysia sangat baik serta harga produk malaysia pula lebih murah. Keputusan pembelian merupakan pemahaman konsumen ihwal kebutuhan serta hasrat produk dengan menilai asal yg terdapat serta mengidentifikasi alternatif menggunakan memutuskan tujuan pembelian (partikelir, 2008). Keputusan pembelian akan suatu produk akan di lihat dari faktor harga, kualitas produk, pelayanan, oleh konsumen.

Produk import saat ini memang sangat meresahkan dan memenuhi kondisi pemasaran di Indonesia terutama pada masyarakat perbatasan. Produk yang paling di minati masyarakat perbatasan yaitu barang-barang, berupa makanan, sembako dll. Karena tidak tersedianya produk Indonesia di daerah perbatasan, maka dari itu masyarakat cenderung memilih produk dari malaysia untuk memenuhi kebutuhannya sehari-hari, bisa di lihat dari segi jarak, harga barang-barang dari Malaysia lebih murah, kualitas produknya lebih bagus, pelayanannya yang sangat baik dan lebih mudah untuk didapatkan karena berbatasan langsung dengan negara tetangga. Dari latar belakang diatas peneliti dapat melihat lebih dalam perilaku masyarakat perbatasan yang cenderung lebih memilih produk impor dari negara malaysia, dan peneliti mengangkat judul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Malaysia Pada Masyarakat Kawasan Perbatasan Di Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang”.

METODE PENELITIAN

Penelitian kuantitatif bisa pada artikan menjadi metode penelitian yg sesuai filsafat positivism, digunakan buat meneliti pada populasi atau sampel yang telah di tentukan. Pengumpulan data bisa memakai instrumen penelitian yaitu kuesioner/ angket, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, menggunakan tujuan buat menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah pada menetapkan. Bentuk penelitian ini ialah penelitian eksplanatori atau analisis faktor. berdasarkan Umar penelitian eksplanatori (explanatory research) merupakan penelitian yg bertujuan buat menganalisis hubungan korelasi antara satu variable menggunakan variable lainnya. Populasi yang dipergunkan dalam penelitian ini ialah masyarakat pada tempat perbatasan desa jagoi babang yang membeli produk-produk dari malaysia menggunakan jumlah penduduk 2.867 orang sedangkan sampelnya 100 orang. Adapun teknik pengumpulan data yg dipergunakan dalam penelitian ini adalah angket atau berita umum.

Penelitian ini memakai kuesioner tertutup. kuesioner tertutup ialah berita umum informasi lapangan yg jawabannya diberikan menggunakan cara yg hanya perlu dipilih sang reponden. Adapun survey yang disebarkan pada penelitian ini memakai skala Likert. Penelitian ini menggunakan alat analisis data SPSS 25 dengan metode regresi linier berganda. kemudian dilakukan tiga tahap analisis yang terdiri dari analisis deskriptif, uji asumsi klasik guna menguji apakah sampel yang digunakan benar-benar bisa mewakili seluruh populasi dan pengujian hipotesis yang terbagi menjadi dua yaitu uji T-statistik dan uji F-statistik.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab IV ini akan diberikan pemaparan mengenai hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti saat melakukan penelitian di Desa Jagoi Kec. Jagoi Babang Penjelasan yang diberikan merupakan menjabaran dari rumusan masalah yang ada.

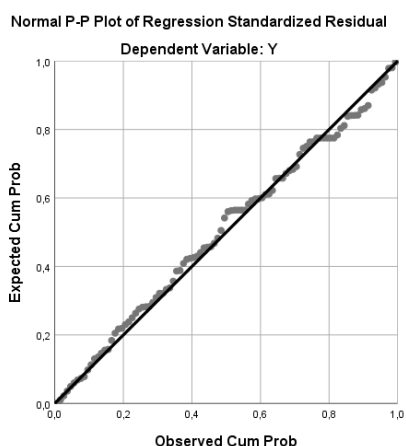
Tabel 1 Deskriptif Statistik

Variabel	Mean	Std. Deviation	N
Y	13,7000	2,36771	100
X1	11,9500	1,57233	100
X2	21,4600	2,48397	100
X3	12,0100	1,46677	100
X4	10,7500	1,42400	100

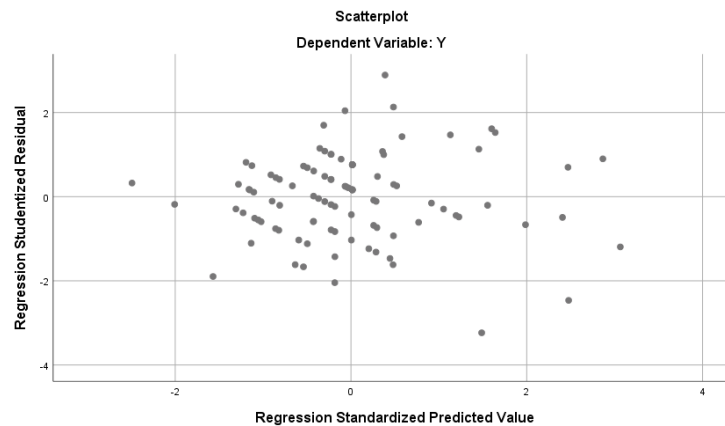
Sumber : Data diolah SPSS 25.

Seperti yang terlihat pada Tabel 1 diatas, terlihat bahwa N merupakan penjumlahan dari setiap variabel yang valid sebanyak 100, hal ini dari 100 sampel data keputusan pembelian (Y), nilai mediannya adalah 13,7 dan nilai standar deviasinya adalah 2,36771. Mean lebih besar selama nilai standar deviasi adalah data deviasi kecil, sehingga Anda bisa mendapatkan hasil distribusi nilai yang merata. Harga (X1) dari 100 sampel menunjukkan mean 11,95 dan standar deviasi 1,57233. Nilai rata-rata lebih besar selama nilai standar demikian karena dampak penyimpangan data yang terjadi kecil, sehingga permainan dapat dikatakan merata.

Kualitas produk (X2) dari 100 orang sebagai sampel diketahui memiliki nilai median 21,46 dan standar deviasi 2,48397. Jika rata-rata lebih besar dari standar deviasi, maka konsekuensi penyimpangan data yang terjadi kecil, dan dapat disimpulkan bahwa permainan tersebut memiliki sebaran yang sama. Kualitas pelayanan (X3) dari 100 item sampel diketahui memiliki mean 12,01 dan standar deviasi 1,46677. Rata-rata lebih besar dari nilai standar sehingga varians data yang terjadi kecil dan sebarannya merata. Posisi (X4) dari 100 sampel diketahui memiliki mean 10,75 dan standar deviasi 1,42400. Nilai rata-rata tersebut lebih besar dari nilai standar, sehingga dapat disimpulkan bahwa data memiliki variasi yang kecil, yaitu sebarannya genap.

**Gambar 1 Hasil uji Normalitas**

Berdasarkan gambar 1 Normal Probability Plot, menerangkan bahwa data menyebar pada sekitar garis diagonal yang dibuktikan pada distribusi normal, sehingga dapat diambil konklusi bahwa asumsi normalitas memenuhi serta dapat digunakan buat memprediksi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian produk Malaysia di masyarakat tempat perbatasan di Desa Jagoi Kecamatan Jagoi Babang.



Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil SPSS yang di tampilkan menggunakan gambar scatterplot bisa dilihat bahwa terdapat titik di dalam data penyebaran diatas maupun yang dibawah serta yang berada disekitar angka (no), kemudian pada penyebaran titik data yang tidak membentuk pola eksklusif. Maka bisa ditarik kesimpulan bahwa tak terjadi gejala heteroskedastisitas pada regresi berganda penelitian ini.

Tabel 2 Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Harga	0,681	1,469
Kualitas Produk	0,431	2,319
Kualitas Pelayanan	0,522	1,917
Lokasi	0,691	1,447

Sumber : Data diolah SPSS 25

Imam Ghozali (2011) yang mengatakan data terbebas berasal asumsi multikolinearitas apabila nilai tolerance lebih besar asal 0,1 (tolerance > 0,100) kemudian nilai dari VIPnya lebih kecil dari 10 (VIP < 10). sesuai kriteria pengambilan keputusan di uji multikolinearitas dan hasil uji yang ada pada tabel 4. dapat ditinjau bahwa variabel harga, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi sama sama mempunyai nilai tolerance yang lebih besar dari 0,100 serta VIP lebih kecil dari 10,000. bisa disimpulkan bahwa keempat variabel yang digunakan dalam penelitian ini terbebas berasal duduk perkara multikolinearitas.

Tabel 3 Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-3,843	1,775		-2,165	0,033
Harga	0,336	0,131	0,223	2,574	0,012
Kualitas Produk	0,195	0,104	0,205	1,880	0,063
Kualitas Pelayanan	0,409	0,160	0,253	2,555	0,012
Lokasi	0,411	0,143	0,247	2,871	0,005

Sumber : Data diolah SPSS 25

Menurut hasil Tabel 3 bahwa besar nilai konstanta persamaan linear berganda sebesar -3,843 serta adapun koefisien variabel harga sebesar 0,336, kualitas produk sebesar 0,195, kualitas pelayanan sebanyak 0,409, dan lokasi sebanyak 0,411. sesuai nilai konstanta dan koefisien variabel tadi maka dapat persamaan regresi linear berganda menjadi berikut ini:

$$Y = -3,843 + 0,336 X1 + 0,195 X2 + 0,409 X3 + 0,411 X4 + e$$

Dari perumusan fungsi regresi linear diatas, maka setiap variabel bebas bisa diinterpretasikan pengaruhnya terhadap produktivitas pekerja adalah menjadi berikut :

Konstanta sebesar -3,843 bermakna bahwa Keputusan pembelian (Y) yg tidak ditentukan sang variabel Harga (X1), Kualitas produk (X2), Kualitas pelayanan (X3), dan Lokasi (X4) ialah sebanyak -3,843.

Koefisien regresi Harga (X1) sebesar 0,336 bermakna setiap harga produk Malaysia membaik sebanyak 1%, maka ini akan membuat keputusan pembelian akan semakin tinggi sebanyak 0,336%.

Koefisien regresi Kualitas produk (X2) sebanyak 0,195 bermakna setiap kualitas produk Malaysia membaik sebanyak 1%, maka ini akan membuat keputusan pembelian produk Malaysia (Y) akan semakin tinggi sebesar 0,195%.

Koefisien regresi Kualitas pelayanan (X3) sebanyak 0,409 bermakna setiap Kualitas pelayanan produk Malaysia membaik sebesar 1%, maka ini akan membuat keputusan pembelian produk Malaysia (Y) akan mening kat sebesar 0,409 persen.

Koefisien regresi Lokasi (X4) sebanyak 0,411 bermakna setiap Lokasi untu membeli produk Malaysia membaik sebanyak 1%, maka ini akan membuat keputusan pembelian produk Malaysia (Y) akan semakin tinggi sebesar 0,411%.

Tabel 4 Hasil Uji t-statistik

Variabel	t-statistic	Sig.
Harga (X1)	2,574	0,012
Kualitas produk (X2)	1,880	0,063
Kualitas pelayanan (X3)	2,555	0,012
Lokasi (X4)	2,871	0,005

Sumber : Data diolah SPSS 25

Sesuai hasil uji-t pada Tabel 4. bisa dicermati hasil probabilitas t-statistik buat variabel Harga (X1) = 0,012 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha =$ lima%) yang bermakna bahwa variabel Harga (X1) memiliki pengaruh yg positif dan sigifikan terhadap Keputusan belanja produk Malaysia (Y). Probabilitas t-statistik buat variabel Kualitas produk = 0,063 lebih akbar asal 0,05 ($\alpha =$ lima%) yang bermakna bahwa variabel Kualitas produk (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Malaysia (Y). Probabilitas t-statistik buat variabel Kualitas pelayanan = 0,012 lebih kecil dari 0,05 ($\alpha =$ lima%) yg berarti bahwa variabel Kualitas produk (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian produk Malaysia (Y). Probabilitas t-statistik buat variabel Lokasi = 0,005 lebih kecil berasal 0,05 ($\alpha =$ 5%) yang bermakna bahwa variabel Lokasi (X4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Malaysia (Y).Kemudian masuk ke pembahasan Menurut hasil regresi linier berganda dengan SPSS 25 bisa dicermati bahwa nilai signifikansi t-statistik berasal variabel harga(X1) artinya sebesar 0,012. Nilai ini lebih kecil dibandingkan menggunakan standar error yg sudah ditetapkan sang peneliti sebesar lima % (0,05).

Sinkron dasar pengambilan keputusan yg telah ditetapkan, maka variabel harga pada penelitian ini memiliki impak yg signifikan pada keputusan pembelian produk Malaysia di Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang. hasil temuan ini sama halnya dengan temudan yang dilakukan sang Nurmin Arianto (2020) menggunakan judul “ Dampak kualitas produk dan harga terhadap keputusan untuk pembelian”. buat metode pengambilan keputusan, Arianto menggunakan metode perbandingan antara nilai t hitung serta t tabel. Nilai t hitung yang dihasilkan di penelitian tadi merupakan dua,815 lebih akbar dibandingkan pada t tabel yang hanya senilai 1,661 dapat ditarik kesimpulan bahwa variabel harga ini berpengaruh signifikan pada keputusan pembelian pada penelitian Arianto. Penelitian lainnya yang serupa dilakukan sang Asrizal Efendy Nasution (2018) menggunakan judul “efek harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen”.

Pada penelitian oleh Nasution ditemukan bahwa nilai signifikansi t-statistik artinya sebesar 0,036 yg mana nilai ini lebih mungil dibandingkan baku error yang ditetapkan pada level 5 % (0,05). Dapat kita tarik kesimpulan bahwa variabel harga punya dampak yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga ialah suatu instrumen penilai berasal suatu produk (Saladin, 2008). menggunakan harga konsumen mampu menilai apakah sebuah produk masuk dalam kategori murah atau mahal. Secara rasional konsumen akan lebih menyukai produk yg berlabel harga murah.

Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda memakai software SPSS 25 bisa dilihat bahwa nilai signifikansi t-statistik berasal variabel kualitas produk (X2) ialah sebanyak 0,063. Nilai ini lebih akbar dibandingkan menggunakan baku error yang sudah ditetapkan oleh peneliti sebesar lima % (0,05). sinkron dasar pengambilan keputusan ditemukan, variabel kualitas produk dalam penelitian ini tidak signifikan mempengaruhi keputusan pembelian untuk produk Malaysia di Desa Jagoi Kecamatan Jagoi Babang. Hasil ini bertolak belakang dengan penelitian Giardo Permadi Putra (2017) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumsi”. Pada kajian analisis uji jalur ini, nilai koefisien jalur adalah 0,607 dan hasil distribusi ini signifikan dengan nilai probabilitas tinggi 0,000 ($p < 0,05$).

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Nurmin Arianto (2020) dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian”. Arianto menggunakan standart error rate 10% dalam penelitiannya. dengan nilai t-statistik signifikan sebesar 0,000 dapat disimpulkan bahwa pengaruh variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian adalah signifikan. Kualitas produk adalah deretan antara sifat dan karakteristik yg kemudian akan dinilai oleh setiap konsumen sejauh mana produk tersebut mampu memenuhi kebutuhannya (Tjiptono, 2008). Penelitian ini menunjukkan bahwa warga pada daerah perbatasan tidak mendiskreditkan kualitas produk Indonesia ketika dibandingkan dengan kualitas produk negara lain.

Sesuai akibat uji regresi linier berganda menggunakan software SPSS 25 dapat dipandang bahwa nilai signifikansi t-statistik asal variabel kualitas pelayanan (X3) merupakan sebanyak 0,012. Nilai ini lebih kecil dibandingkan menggunakan baku error yg telah ditetapkan sang peneliti sebesar 5 % (0,05). sinkron dasar pengambilan keputusan yg telah ditetapkan, maka kualitas pelayanan yang merupakan variabel dalam penelitian ini mempunyai pengaruh yang signifikan di keputusan pembelian produk Malaysia pada Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang. yang akan terjadi yang didapat pada penelitian ini turut mendukung penelitian yg dilakukan sang Sarini Kodu (2013) yang mengangkat tema penelitian “ variabel Harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh pada keputusan untuk melakukan pembelian kendaraan beroda empat Totota Avanza ”. sesuai hasil uji regresi linear berganda yang sudah dilakukan, Kodu mendapati bahwa dampak kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian artinya signifikan yang ditunjukkan dengan nilai t hitung lebih besar daripada t tabel ($11,062 > 1,980$). Penelitian serupa jua dilakukan sang Asrizal Efendy Nasution (2018) dengan judul “dampak harga serta kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen”.

Dalam penelitian sang Nasution ditemukan bahwa nilai signifikansi t-statistik adalah sebanyak 0,036 yg mana nilai ini lebih kecil dibandingkan standar error yang ditetapkan pada level lima % (0,05). bisa disimpulkan bahwa variabel harga mempunyai pengaruh yg signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan bisa dijadikan sebuah strategi yg dapat memenangkan persaingan pada pasar yang ketat berasal segi harga serta kualitas (Tjiptono, 2009). Konsumen akan betah dan mengulang aktivitas belanjanya di lokasi perbelanjaan yang memberikan pelayanan yang sigap dan ramah.

Sesuai yang akan terjadi uji regresi linier berganda memakai aplikasi SPSS 25 dapat dicermati bahwa nilai signifikansi t-statistik asal variabel lokasi (X4) adalah sebanyak 0,005. Nilai ini lebih mungil dibandingkan menggunakan baku error yang telah ditetapkan sang peneliti sebanyak 5 % (0,05). sesuai dasar pengambilan keputusan yang telah ditetapkan, maka variabel lokasi pada penelitian ini memiliki pengaruh yang signifikan pada keputusan pembelian produk Malaysia pada Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang. Akibat yg didapat pada penelitian ini memberikan hasil yg sama menggunakan penelitian yg dilakukan oleh Akhmad Husen (2018) menggunakan judul “efek lokasi, gambaran merek, serta word of mouth terhadap keputusan untuk melakukan pembelian konsumen mie ayam Solo Bangsal Jember”. yang akan terjadi dari penelitian ini jua membagikan korelasi yg signifikan antara variabel lokasi dan keputusan pembelian yg ditunjukkan dengan yang akan terjadi signifikansi t-statistik lebih mungil dari standar error di level lima % ($0,000 < 0,05$). Namun hasil dalam penelitian ini berlawanan dengan penelitian yang dilakukan oleh Elly Rahayu (2018) dengan judul “Pengaruh

lokasi dan pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian pada Imam Market Kisaran”.

Rahayu menemukan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan hasil uji regresi, nilai signifikansi t-statistiknya lebih besar dari standar error yang dipilih pada level 5 % ($0,12 > 0,05$). Lokasi sebagai keliru satu elemen yg sangat krusial pada memilih kesuksesan sebuah perjuangan (Kotler, 2009). Lokasi yang simpel diakses dan aman akan menghipnotis keputusan pembelian setiap konsumen semakin praktis seatu lokasi belanja diakses, maka kemungkinan konsumen buat melakukan pembelian ke daerah tadi akan semakin besar . Semakin lokasi pembelian memberikan rasa aman, konsumen pula akan memiliki kemungkinan lebih besar buat berbelanja pada tempat tersebut

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian maka peneliti dapat menarik kempulan seperti berikut: Variabel harga secara parsial mempunyai dampak signifikan terhadap suatu keputusan pembelian produk Malaysia di rakyat Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang. Variabel kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Malaysia pada masyarakat Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang. Variabel kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh pada Keputusan pembelian produk Malaysia pada rakyat Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang dan variabel lokasi secara parsial berpengaruh positif serta signifikan terhadap Keputusan pembelian produk Malaysia pada warga Desa Jagoi, Kecamatan Jagoi Babang.

Dapat di berikan saran bagi masyarakat yang menjual produk maupunn yang menngunakan produk adalah sebagai berikut: Disarankan untuk pemilik usaha yang menjual produk Malaysia di wilayah perbatasan dapat terus meningkatkan daya saing harga, kualitas pelayanan, serta aspek lokasi yang dalam penelitian ini menjadi variabel yang secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian masyarakat perbatasan. Agar para pemilik usaha dapat terus meningkatkan kualitas produk, sehingga dapat diharapkan kemudian hari kualitas produk yang di hasilakan akan semkain baik dan dapat memuaskan pemebeli/pelangan

DAFTAR PUSTAKA

- Bariyah, N., Lau, E., & Mansor, S. A. (2012). Long run sustainability of Sarawak—West Kalimantan cross-border trade flows. *The Journal of Developing Areas*, 165-181.
- Fajar, I. (2015). Faktor-faktor yang memperngaruhi keputusan pembelian sepatu di toko Fajar Sport Kecamatan Pedurungan Kota Semarang.
- Hidayat, R. (2017). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Consumer Decision Making Process (Studi Kasus Rumah Makan Bebek Sinjai Madura). *JIEMS (Journal of Industrial Engineering and Management Systems)*, 9(2).
- Mirabi, V., Akbariyeh, H., & Tahmasebifard, H. (2015). A study of factors affecting on customers purchase intention. *Journal of Multidisciplinary Engineering Science and Technology (JMEST)*, 2(1).
- Mizfar, F., & Sinaga, A. (2015). Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian kopi instan. *SEPA: Jurnal Sosial Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 11(2), 175-180.
- Quagraine, K. K., Xing, A., & Hughes, K. G. (2011). Factors influencing the purchase of live seafood in the north central region of the United States. *Marine Resource Economics*, 26(1), 59-74.
- Soimah, N., & Aslan, A. (2021). Permintaan dan preferensi konsumen kedai kopi terhadap pelaku usaha kedai kopi di Kota Tarakan. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(1), 1632-1642.

- Timmerman, V. A., Mandey, S. L., & Van Rate, P. (2017). Analisis Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Di Texas Chicken Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Wiranda, A., Afifuddin, A., & Widodo, R. (2019). Motivasi masyarakat perbatasan Indonesia dalam menggunakan barang impor dari negara Malaysia (Studi Kasus Desa Badau Kecamatan Badau Kabupaten Kapuas Hulu Provinsi Kalimantan Barat). *Respon Publik*, 13(1), 1-5