

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO BAHAN BANGUNAN UD BINTANG**

**Kristiady Lubis<sup>1</sup>, Rangga Restu Prayogo<sup>2</sup>**  
**Universitas Negeri Medan**

e-mail: [kristiadylubis19@gmail.com](mailto:kristiadylubis19@gmail.com)<sup>1</sup>, [ranggarestuprayogo@unimed.ac.id](mailto:ranggarestuprayogo@unimed.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstrak** – Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memperjelas variabel yang mempengaruhi Keputusan Pembelian konsumen di toko bahan bangunan ud bintang. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif Deskriptif. Metode penelitian ini yaitu Non Probability Sampling dengan teknik Accidental Sampling. Adapun Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu konsumen yang pernah melakukan pembelian di toko bahan bangunan ud bintang, dengan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 96 responden. Pengumpulan data penelitian ini melalui kuesioner yang diolah menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan Terhadap Keputusan Pembelian di toko bahan bangunan UD Bintang.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

**Abstract** - This research aims to determine and clarify the variables that influence consumer purchasing decisions at the Ud Bintang building materials store. This research uses a quantitative descriptive approach. This research method is Non Probability Sampling with Accidental Sampling techniques. The population used in this research is consumers who have made purchases at the Ud Bintang building materials store, with a sample size of 96 respondents in this study. This research data was collected through questionnaires which were processed using SPSS software. The results of this research show that product quality and service quality together have a positive and significant influence on purchasing decisions at the Ud Bintang building materials store.

**Keywords:** Product Quality, Service Quality, Purchasing Decisions.

### **PENDAHULUAN**

Semakin bertambah pesatnya industri, perumahan dan perekonomian dalam masyarakat banyak terjadi persaingan diberbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak usaha toko bangunan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memicu toko bangunan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Salah satunya dalam bidang pelayanan dan kualitas produk yang disediakan. Supaya usaha toko bangunan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka toko bangunan tersebut harus dapat membaca keinginan konsumen dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan.

Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan material bahan bangunan. Menurut penelitian (Pulungan & Febriaty, 2018) perilaku konsumtif terjadi karena masyarakat mempunyai kecenderungan *materialistic*, hasrat yang besar untuk memiliki benda-benda tanpa memperhatikan kebutuhannya dan sebagian besar pembelian yang dilakukan didorong keinginan untuk memenuhi hasrat kesenangan semata. Perilaku konsumtif juga didasari oleh pemikiran atau ideologi dalam diri seseorang yang biasa juga disebut dengan konsumerisme.

Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk ketika berbelanja seperti yang terdapat pada hasil pra survei yaitu mengenai kualitas produk dapat dilihat pada Tabel 1.1. Menurut (Cesarina, 2022) kualitas produk juga menjadi salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan setiap konsumen ketika melakukan pembelian suatu produk. Semakin baik kualitas produknya, maka akan semakin terjadi peningkatan konsumen yang hendak melakukan pembelian produk tersebut.

Tabel 1. Hasil Pra Survei Mengenai Kualitas Produk

Indikator Kualitas Produk	Sangat Tidak Setuju (STS)	Tidak Setuju (TS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
<i>Durability</i> (Daya Tahan)	3,3%	3,3%	20%	73,3%
<i>Reability</i> (Keandalan)	6,7%	3,3%	23,3%	66,7%
<i>Aeshthetics</i> (Estetika)	3,3%	10%	26,7%	60%
<i>Perceived Quality</i> (Kualitas yang dirasakan)	3,3%	6,7%	23,3%	66,7%

Berdasarkan hasil data pra survei dari 30 responden konsumen toko bahan bangunan UD Bintang menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen yang telah melakukan pembelian pada produk bahan bangunan lebih memilih mengutamakan kualitas produk pada saat ingin melakukan keputusan pembelian. Dimana hal ini menunjukkan bahwa kualitas produk toko bahan bangunan UD Bintang menurut konsumen memiliki daya tahan yang dapat digunakan dalam jangka waktu Panjang sehingga mendapatkan kesan kualitas yang dirasakan oleh konsumen.

Menurut Raharjani tahun 2015 dalam penelitian (Priyanto, 2024), pelayanan adalah tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain. Menurutnya, pelayanan adalah kinerja penampilan, tidak berwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, dan pelanggan memiliki kesempatan yang lebih besar untuk berpartisipasi aktif dalam proses menggunakan jasa tersebut. Kualitas pelayanan pada UD Bintang ialah disaat pesanan ramai maka pengantaran akan lama sampai ketujuan karna mendahulukan pengantaran sesuai urutan yang pertama memesan. Dikarenakan minimnya jumlah karyawan pada toko bahan bangunan UD Bintang.

Menurut Schiffman (2022) Keputusan Pembelian adalah *“the selection of an option from two or alternative choice”* yang berarti keputusan pembelian adalah suatu keputusan seseorang dimana dia memilih salah satu dari beberapa alternatif pilihan yang ada. Keputusan pembelian adalah suatu keputusan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk yang sebelumnya telah memikirkan tentang layak atau tidaknya ia membeli produk itu dengan cara mempertimbangkan informasi informasi yang ia ketahui dengan kenyataan produk tersebut setelah ia melihatnya secara langsung.

Keputusan pembelian yang dilakukan oleh pelanggan merupakan pemenuhan kebutuhan yang ada, pembeli merasa dapat membeli barang agar dapat dibeli kembali, memutuskan untuk berlangganan, dan membeli barang di Toko UD Bintang dikarenakan banyaknya pilihan harga yang ditawarkan. Keputusan pembelian oleh konsumen sangat menentukan jumlah penjualan. Melalui observasi yang dilakukan oleh peneliti, pemilik toko bahan bangunan UD Bintang menghadapi permasalahan yaitu penjualan yang naik turun. Berikut ini data penjualan toko bahan bangunan UD Bintang tahun 2019 – 2023.

Tabel 1. Hasil Penjualan Toko Bahan Bangunan UD BINTANG

No	Tahun	Total Penjualan (Rp)
1	2019	170.000.000 – 190.000.000
2	2020	70.000.000 – 90.000.000
3	2021	250.000.000 – 270.000.000
4	2022	200.000.000 – 220.000.000
5	2023	270.000.000 – 290.000.000

Berdasarkan Tabel 2. hasil dari penjualan pada toko bahan bangunan mengalami peningkatan penjualan yang signifikan pada tahun 2021 tetapi pada tahun 2020 terjadi pula penurunan yang signifikan dikarenakan pada tahun itu pandemi covid 19. Namun dengan adanya sedikit permasalahan tidak menuntut kemungkinan meraskan dampak permasalahan terhadap toko itu, walaupun pada tahun 2022 ada sedikit penurunan dan di tahun 2023 mengalami peningkatan penjualan. Permasalahan yang dialami toko bahan bangunan

sekarang adalah persaingan sesama toko bahan bangunan yang sangat ketat, maka konsumen diberikan banyak pilihan untuk memilih bahan bangunan yang berkualitas seperti batu bata, pasir, batu padas, dan lain lain. Untuk mengatasi permasalahan tersebut toko bahan bangunan itu berusaha menciptakan daya saing produk dan pelayanan dengan cara membantu konsumen untuk mengitung seberapa banyak bahan bangunan yang diperlukan untuk membangun satu rumah. Oleh karena itu, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Bahan Bangunan UD. Bintang.

## **Tinjauan Pustaka**

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan Pembelian adalah tahapan evaluasi terhadap suatu pilihan konsumen, mulai dari menemukan masalah, mencari informasi produk dan menilai produk, sehingga konsumen akan memilih dari beberapa pilihan produk dengan beberapa pertimbangan. Menurut Firmansyah, (2018) Keputusan Pembelian adalah tindakan yang diambil oleh orang-orang untuk memecahkan masalah dengan memilih pilihan alternatif yang paling tepat dari serangkaian dua atau lebih alternatif dan mempertimbangkannya sebagai tindakan terbaik sebelum melakukan pembelian.

Adapun yang menjadi indikator dalam keputusan pembelian menurut Kotler & Philip, (2021), yaitu sebagai berikut:

- a. Kemantapan produk
- b. Kebiasaan membeli
- c. Rekomendasi dari orang lain
- d. Pembelian ulang

Selain itu, Menurut Thomson, (2016) terdapat 4 Indikator dalam Keputusan Pembelian diantaranya:

- a. Sesuai kebutuhan
- b. Mempunyai manfaat
- c. Ketepatan dalam membeli produk
- d. Pembelian ulang

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler & Amstrong tahun 2012 dalam (Hakim et al., 2019), mendefinisikan kualitas produk sebagai kemampuan dari sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Sedangkan menurut (Maramis et al., 2018) menyatakan kualitas produk adalah gabungan dari keseluruhan karakteristik produk yang dihasilkan dari bagian pemasaran, hasil rekayasa produksi dan pemeliharaan sehingga menjadi barang (produk) yang dapat digunakan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Menurut Tjiptono, (2016) terdapat beberapa indikator kualitas produk sebagai berikut:

- a. Kinerja (*Performance*)
- b. Keandalan (*Reliability*)
- c. Keistimewaan Tambahan (*Feature*)
- d. Kesesuaian Spesifikasi (*Conformance to Specification*)
- e. Daya Tahan (*Durability*)
- f. Kemampuan Melayani (*Service Ability*)
- g. Estetika (*Aeshthethics*)
- h. Kualitas yang dipersepsikan (*Perceived Quality*)

### **Kualitas Pelayanan**

Kata “Kualitas” banyak mengandung definisi dan makna karena setiap orang akan mengartikan dengan berbeda, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan,

kecocokan dalam pemakaian berkelanjutan, terbebas dari kerusakan, memenuhi kebutuhan konsumen, melakukan segala hal yang bisa membahagiakan (Prasetia, 2019). Menurut Martiana dan Apriani (2019) bahwa kualitas pelayanan adalah upaya yang dilakukan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sesuai dengan yang diharapkan konsumen sehingga konsumen merasa puas dengan kualitas pelayanannya. Menurut (Marpaung & Mekaniwati, 2020), dalam mengevaluasi layanan yang bersifat *tangible*, *variable*, *inseparable*, dan *perishable*, pelanggan umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor yaitu: bentuk fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di di toko bahan bangunan UD.Bintang yang berlokasi di Desa Sibalanga Kecamatan Garoga Kabupaten Tapanuli Utara. Waktu pelaksanaan penelitian dimulai dari bulan April sampai bulan Juni 2024 yang meliputi pengumpulan dan pengolahan data. Menurut Arikunto (2019), populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan toko bahan bangunan UD Bintang dengan jumlah anggota populasi yang tidak diketahui secara pasti, peneliti menggunakan sampel yang sesuai dengan tujuan penelitian untuk mewakili populasi yang lebih besar. Menurut Arikunto (2019), sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis uji t, uji F dan koefisien determinasi dimana data sebelumnya telah diuji menggunakan uji validitas, reliabilitas dan asumsi klasik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Berdasarkan pengolahan data primer, sebaran gender responden pada penelitian ini menunjukkan bahwa sebanyak 75% responden adalah laki-laki dan 25% responden adalah perempuan. Dan jika dilihat dari kelompok umur, mayoritas kelompok umur 40-50 tahun dengan presentasi 58%, kelompok usia 30-40 dengan presentasi 23 % dan kelompok usia 20-30 tahun dengan presentasi 19%.

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan dan keputusan pembelian, diketahui bahwa bahwa semua variabel valid, yang ditunjukkan dari nilai r hitung > r tabel dapat dilihat pada Tabel 3.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Ket
1.	Kualitas Produk (X1)	X1.1	0.447	0.200	Valid
2.		X1.2	0.496		Valid
3.		X1.3	0.510		Valid
4.		X1.4	0.577		Valid
5.		X1.5	0.444		Valid
6.		X1.6	0.578		Valid
7.		X1.7	0.503		Valid
8.		X1.8	0.661		Valid
9.		X1.9	0.531		Valid
10.		X1.10	0.611		Valid
11.		X1.11	0.762		Valid
12.		X1.12	0.663		Valid

a) Kualitas Produk

No	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Ket
1.	Kualitas Pelayanan (X2)	X2.2	0.397	0.200	Valid
2.		X2.3	0.538		Valid
3.		X2.4	0.383		Valid
4.		X2.6	0.208		Valid
5.		X2.7	0.683		Valid
6.		X2.8	0.709		Valid
7.		X2.9	0.553		Valid
8.		X2.10	0.679		Valid

b) Kualitas Pelayanan

No	Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Ket
1.	Keputusan Pembeli (Y)	Y.1	0.334	0.200	Valid
2.		Y.2	0.674		Valid
3.		Y.3	0.796		Valid
4.		Y.4	0.833		Valid
5.		Y.5	0.859		Valid
6.		Y.6	0.453		Valid
7.		Y.7	0.204		Valid
8.		Y.8	0.263		Valid

c) Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada penelitian ini, menyatakan bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, yang dapat diartikan bahwa variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian adalah reliabel, dapat dilihat pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	12

a) Kualitas Produk

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.669	8

b) Kualitas Pelayanan

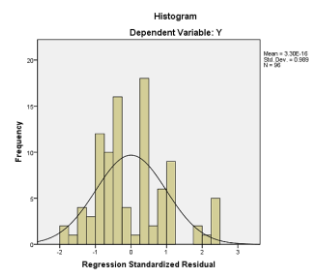
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	8

c) Keputusan Pembelian

Hasil uji normalitas dilakukan dengan melihat grafik histogram yang membandingkan antara data observasi dengan distribusi yang mendekati distribusi normal. Pada prinsipnya

normalitas dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau dengan melihat histogram dari residualnya. Berikut ini adalah hasil uji normalitas dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan tampilan histogram dan kurva normal berbentuk lonceng simetris dengan puncak di tengah dan ekor yang meruncing di kedua sisi, maka dapat disimpulkan bahwa data yang digunakan berdistribusi normal.

Uji multikolinearitas ini bertujuan untuk menguji korelasi antar variabel independen. Berikut tabel hasil uji multikolinearitas pada penelitian ini:

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

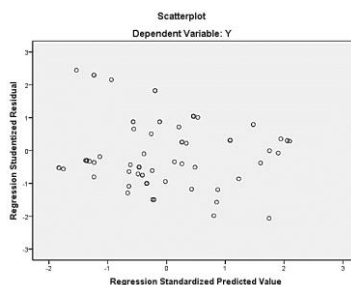
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
	1 (Constant)	7.570	2.830		2.675	.009				
X1	.159	.058	.257	2.732	.008	.284	.273	.256	.993	1.007
X2	.374	.110	.320	3.401	.001	.341	.333	.319	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y

Dari gambar diatas, dapat dilihat bahwa nilai toleransi untuk X1 (Kualitas Produk) adalah 0.993 dan untuk X2 (Kualitas Pelayanan) adalah 0.993, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen tidak saling korelasi. Nilai VIF untuk X1 (Kualitas Produk) adalah 1.007 dan untuk X2 (Kualitas Pelayanan) adalah 1.007, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen tidak saling korelasi.

Uji heterokedastisitas dilakukan untuk melihat apakah sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya. Berikut ini Gambar hasil uji heterokedastisitas:



Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas

Uji t digunakan untuk menguji hipotesis nol yang menyatakan bahwa koefisien dari variabel independen tertentu adalah nol (tidak berpengaruh). Hipotesis alternatifnya adalah bahwa koefisien tersebut tidak sama dengan nol (berpengaruh). Hasil uji parsial (uji t) dapat dilihat pada Tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Parsial (Uji t)  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1 (Constant)	7.570	2.830		2.675	.009					
X1	.159	.058	.257	2.732	.008	.284	.273	.256	.993	1.007
X2	.374	.110	.320	3.401	.001	.341	.333	.319	.993	1.007

a. Dependent Variable: Y

Nilai signifikan untuk X1 (Kualitas Produk) adalah 0.008 dan X2 (Kualitas Pelayanan) adalah 0.001, ini menunjukkan bukti menolak Ho karena nilai signifikan tersebut lebih kecil dari 0.05. Maka, dapat dikatakan bahwa X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Kualitas Pelayanan) berpengaruh signifikan terhadap Y (Keputusan Pembelian).

Uji F digunakan untuk menilai apakah model regresi yang melibatkan beberapa variabel independen secara keseluruhan memberikan penjelasan yang signifikan terhadap variasi variabel dependen. Ini membandingkan model regresi penuh (dengan semua variabel independen) dengan model regresi nol (model tanpa variabel independen).

Tabel 7. Hasil Uji F  
ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	434.900	2	217.450	10.360	.000 <sup>a</sup>
Residual	1952.059	93	20.990		
Total	2386.958	95			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

$0.000 < 0.05$  maka Ho ditolak, Ha diterima, jadi X1 (Kualitas Produk) dan X2 (Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel Y (Keputusan Pembelian).

### Pembahasan

Berdasarkan hasil uji statistik yang dilakukan, diketahui bahwa seluruh variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t hitung = 2,732 > t tabel = 1,660 dengan nilai signifikan 0,008 < 0,05. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Pada hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian dengan nilai t hitung = 3,401 > t tabel = 1,660 dengan nilai signifikan 0,001 < 0,05. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh F hitung > F tabel yaitu 10,360 > 0,000 yang berarti bahwa variabel kualitas produk dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian pada toko UD Bintang. Semakin bagus kualitas produk yang diberikan dan juga kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik maka semakin meningkatkan juga Keputusan pembelian bahan bangunan pada toko UD Bintang.

Dimana dari hasil penelitian ini diketahui bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersamaan mempengaruhi Keputusan pembelian pada toko UD Bintang.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas produk memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Arah koefisien positif dan signifikan menunjukkan pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
2. Kualitas pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian. Arah koefisien positif dan signifikan menunjukkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan pembelian bahan bangunan toko UD Bintang..

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, S. (2017). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Hakim, M., Lukitaningsih, A., & Susanto. (2019). Pengaruh Promosi, Harga, Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Honda Di Kota Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 2(3), 18–23.
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *EMBA*, 6(3), 1658–1667.
- Marpaung, B., & Mekaniwati, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya Pada Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 8(1), 29–38.
- Prasetya, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan pada Villa Cahaya Pacet Mojokerto. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 8(11), 1–16.
- Priyanto, R. (2024). Pengaruh Variasi Produk, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Toko Prahasta Purbalingga. *EKOMA : Jurnal Ekonomi*, 3(2), 898–906.
- Pulungan, D. R., & Febriaty, H. (2018). Pengaruh Gaya Hidup dan Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa. *Jurnal Riset Sains Manajemen*, 2(3), 1–8.