



Analisis Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan Pembelian Roti Soek Padjadjaran Bogor

Doni Sahat Tua Manalu

Institut Pertanian Bogor

Vela Rostwentivaivi

Institut Pertanian Bogor

Gina Jaudah

Institut Pertanian Bogor

Chintya Eka Putri

Institut Pertanian Bogor

Azrina Qisthina Zamila

Institut Pertanian Bogor

Riza Muharmayenti

Institut Pertanian Bogor

Fauzan Ariq

Institut Pertanian Bogor

Alamat: Jl. Kumbang No.14. RT. 02/ RW. 06, Babakan, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, Jawa Barat 16128

Korespondensi penulis: @donisahat.apps.ipb.ac.id

Abstrak. Bread is a staple food for people abroad. However, as time progressed, Indonesian people began to make bread one of the staple foods that was consumed quite often. This research data uses qualitative and quantitative methods with primary and secondary data collection which is processed using fishbein analysis and multiple linear regression. The aim of this research is to determine the significant level of influence of the attributes of taste, aroma, texture, price, packaging design, product durability, product availability, service and cleanliness of the place on purchasing Roti Soek Padjadjaran products. Fishbein's analysis shows that the attributes of taste, price, product durability and service are the attributes with the four highest ratings. Multiple linear analysis shows the results that the taste and service attributes are the attributes that have a significant positive influence as variables that influence purchasing decisions for Soek Padjadjaran Roti using a confidence level of 95 percent.

Keywords: Attributes, Purchasing Decisions, Bread

Abstrak. Roti merupakan makanan pokok masyarakat di luar negeri. Namun, seiring berkembangnya zaman, masyarakat Indonesia mulai menjadikan roti sebagai salah satu makanan pokok yang cukup sering dikonsumsi. Data penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dengan pengumpulan data secara primer dan sekunder yang diolah menggunakan analisis fishbein dan regresi linear berganda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh atribut rasa, aroma, tekstur, harga, desain kemasan, ketahanan produk, ketersediaan produk, pelayanan, dan kebersihan tempat pada pembelian produk Roti Soek Padjadjaran. Analisis fishbein menunjukkan atribut rasa, harga, ketahanan produk, dan pelayanan menjadi atribut dengan penilaian empat tertinggi. Analisis linear berganda menunjukkan hasil bahwa atribut rasa dan pelayanan menjadi atribut yang memiliki pengaruh positif signifikan sebagai variabel yang memengaruhi keputusan pembelian Roti Soek Padjadjaran dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 persen.

Kata Kunci: Atribut, Keputusan Pembelian, Roti

PENDAHULUAN

Beribu-ribu tahun yang lalu, tepatnya pertama kali roti ditemukan di Mesir yaitu di kota Mesopotamia. 12.000 tahun lalu, dahulu masyarakat yang berada di Mesir merupakan orang yang gemar mengkonsumsi gandum.

Secara sederhana, roti dibuat dengan mencampurkan terlebih dahulu tepung dan kemudian air lalu dilakukan proses pemanggangan sampai roti tersebut sudah mengembang dengan sempurna. Bentuk dari roti sejak dahulu hanyalah sederhana, karna belum adanya bahan pengembang untuk roti yaitu ragi. Roti dapat dikatakan merupakan makanan tertua berasal dari Mesir yang akhirnya menyebar ke Yunani sampai Eropa. Untuk di Eropa sendiri, roti ini memang termasuk menjadi makanan yang dapat dikatakan dan dapat mencerminkan status sosial seseorang tersebut. Ketika itu, hanya orang yang memiliki status sosial tinggi saja yang hanya bisa mengkonsumsi roti berbahan dasar tepung putih saja yang harganya memang mahal. Orang yang berstatus sosial bawah, hanya mampu membeli dan memakan roti yang murah dan roti yang berwarna gelap/ hitam. Dari pernyataan tersebut, stigma tersebut terhadap roti hanya dapat dimakan oleh orang berstatus sosial tinggi yaitu terutama para bangsawan saja sebagai hidangan roti yang berwarna putih. Roti yang warnanya semakin putih untuk dikonsumsi, maka dapat dikatakan status sosialnya tersebut semakin tinggi dan merupakan termasuk orang yang dapat membeli roti dengan harga yang mahal.

Semenjak awal kedatangan para penjajah Belanda ke Indonesia, roti pun mulai dikenal dan mulai diperjualbelikan kepada penduduk pribumi di Indonesia. Sejak saat itu di Indonesia, roti pun mulai berkembang dari awalnya roti tersebut memiliki tekstur yang keras dan kasar sampai bertekstur lembut dan memiliki rasa yang enak tentunya.

Dahulu roti pembuatannya sangatlah sederhana, karna belum adanya ragi yang secara alami melakukan proses fermentasi dengan ditutup kain basah. Dari proses sederhana tersebut, roti masih bertekstur kurang lembut. Seiring perkembangannya zaman dari tahun ke tahun, roti yang ada Indonesia pun menjadi sangat beragam dari bentuk hingga varian rasanya dan industri roti berkembang pesat di Indonesia yang memanfaatkan bahan baku tepung terigu sebagai bahan utamanya. Produk panggang yang paling banyak dijual untuk dimakan adalah roti. Meningkatnya permintaan roti kini menjadi pendorong pertumbuhan sektor roti ¹.

Berdasarkan data Kementerian Pertanian mengenai pasokan dan permintaan roti pada tahun 2020, masyarakat mengonsumsi rata-rata 1.129 ons roti per individu per minggu. Sebaliknya, 2,26% dari 1.104 ons roti dikonsumsi rata-rata setiap minggunya pada tahun 2017.

Menurut Amini ², hal ini menyebabkan berkembang pesatnya industri roti dari perusahaan kecil atau rumah tangga menjadi industri menengah. Sehingga, berkembang pula perusahaan roti di Indonesia untuk memenuhi daya konsumsi masyarakat, salah satunya di daerah Jawa Barat. Berikut adalah jumlah perusahaan roti di daerah Jawa Barat:

Tabel 1. Data Perusahaan Roti di Provinsi Jawa Barat 2021

No.	Kota/Kabupaten	Jumlah Perusahaan Roti	Persentase (%)
1	Bogor	19	22.1
2	Bandung	17	19.8
3	Bekasi	14	16.3
4	Karawang	7	8.1

¹ Yuneva E. Utami, "Bakery Sebagai Penguatan Ekonomi, Ketahanan Pangan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Remunggai Di Kelurahan Lingkar Timur 1,2" 2, no. 2 (2022): 210–17; Ni Putu et al., "ROTI, PEMILIHAN BAHAN DAN PROSES PEMBUATAN" 4, no. 1 (2021): 33–40; R. Fadhillah W. Pratama, P. D. Swamilaksita, D. Angkasa, P. Ronitawati, "Pengembangan Roti Tawar Sumber Protein Dengan Penambahan Tepung Ampas Kelapa Dan Tepung Kedelai" 11, no. 2 (2021), <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JPDG/article/view/7184/pdf>.

² Dwi Amini, "Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Brand Awareness, Dan Product Innovation Terhadap Purchase Decision Pada Outlet Amanda Brownies Kebumen," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2019, 1–2.

*Analisis Pengaruh Atribut Terhadap Keputusan
Pembelian Roti Soek Padjadjaran Bogor*

5	Cirebon	7	8.1
6	Karawang	6	7
7	Tasikmalaya	4	4.6
8	Depok	4	4.6
9	Purwakarta	2	2.3
10	Majalengka	2	2.3
11	Sumedang	1	1.2
12	Ciamis	1	1.2
13	Kuningan	1	1.2
14	Garut	1	1.2
TOTAL		86	100

Sumber: (Kementerian Perindustrian RI)

Berdasarkan Tabel 1, terdapat 86 unit perusahaan roti di wilayah barat daya Jawa pada tahun 2021. Kota/kabupaten terbesar, Bogor, memiliki 22,1% unit tersebut, dengan beberapa usaha roti, seperti Roti Soek Padjadjaran, yang berkembang di Kota Bogor³

Tabel 2. Data Penjualan Roti Soek Padjadjaran Bogor Tahun 2021

No.	Bulan	Target (Rp)	Penjualan (Rp)	Persentase (%)	Keterangan
1	Januari	140,000,000	194,022,500	139	Tercapai
2	Februari	140,000,000	144,094,000	103	Tercapai
3	Maret	140,000,000	154,929,000	111	Tercapai
4	April	140,000,000	160,206,050	114	Tercapai
5	Mei	140,000,000	148,801,000	106	Tercapai
6	Juni	140,000,000	73,615,000	52	Tidak Tercapai
7	Juli	140,000,000	47,254,700	33	Tidak Tercapai

³ R. Gunawan M. A. Pratama, T. T. Andari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Keputusan Pembelian Roti Soek Padjadjaran Bogor," *Karimah Tauhid* 2 (2023), <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/8583/4008>.

8	Agustus	140,000,000	130,000,000	93	Tidak Tercapai
9	September	140,000,000	115,587,000	83	Tidak Tercapai
10	Oktober	140,000,000	132,745,500	95	Tidak Tercapai

Sumber: Pratama et al, 2023: 96

Pembelian Roti Soek Padjadjaran Bogor bervariasi dari bulan Januari hingga Desember 2021, seperti terlihat pada Tabel 2. Pendapatan Roti Soek Padjadjaran melampaui target penjualan pada bulan Januari hingga Mei, namun masih jauh dari target penjualan pada bulan-bulan berikutnya.

Penjualan Roti Soek Padjadjaran yang fluktuatif menunjukkan adanya sesuatu hal yang dapat memengaruhi keputusan pembelian ini dapat dianalisis dari tingkat kepercayaan pada atribut-atribut produk Roti Soek Padjadjaran. Dengan demikian, berdasarkan uraian sebelumnya, tujuan penelitian ini adalah untuk menguji bagaimana kualitas mempengaruhi keputusan masyarakat untuk membeli Soek Padjadjaran Roti ⁴

KAJIAN TEORI

Keputusan pembelian merupakan suatu pilihan yang dilakukan oleh konsumen dalam menentukan produk yang diinginkan, keinginan dan harapan, sehingga kepuasan dalam pembelian produk itu tercapai ⁵. Keputusan pembelian memengaruhi keinginan untuk membeli selanjutnya atau tidak, tergantung dari respon konsumen pada saat pembelian pertama produk tersebut. Keputusan pembelian pun memengaruhi kerabat terdekat untuk membeli suatu produk atas saran dari orang yang bersangkutan telah membeli sebuah produk tertentu ⁶. Atribut adalah bagian dari perilaku konsumen yang merupakan bagian dan melekat pada produk yang akan konsumen beli.

METODE PENELITIAN

Bagian Penelitian dilakukan di Kota Bogor pada bulan Februari 2024 dengan objek penelitiannya, yaitu konsumen akhir Roti Soek Padjadjaran Bogor. Alasan kami memilih produk Roti Soek Padjadjaran di Kota Bogor adalah dikarenakan adanya masalah dalam data penjualan pada tabel 3, dimana pada bulan dimana pada bulan Januari-Mei penjualan memenuhi ketercapaian target, sedangkan pada bulan Juni-Desember penjualan tidak memenuhi ketidaktercapaian target, sehingga kami akan menganalisis seberapa pengaruh atribut dalam keputusan pembelian roti soek Padjadjaran bogor tersebut.

Kami menggunakan sumber data primer berupa kuesioner dan wawancara langsung, serta data sekunder dari data BPS dan publikasi penelitian sebelumnya. Metode kualitatif dan kuantitatif digunakan dalam penelitian semacam ini. Pendekatan yang digunakan untuk mengkaji aktivitas sosial secara deskriptif dikenal dengan pendekatan kualitatif ⁷.

⁴ M. A. Pratama, T. T. Andari.

⁵ Ikhsan Faozi and SB Handayani, "Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada PT Bina Pertiwi Semarang," no. 47 (2019): 44–52, <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id>.

⁶ Slamet, "Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Kota Semarang" 01, no. 02 (2023): 11, <https://journal.upy.ac.id>.

⁷ Z. Abdussamad, *Metode Penelitian Kuantitatif*, ed. P. Rapanna, Cetakan 1, 2021, <https://osf.io/preprints/osf/juwxn>.

Sedangkan, metode kuantitatif sendiri adalah metode yang berbentuk angka dengan sifatnya yang objektif⁸. Pengumpulan data yang digunakan berupa kuisisioner yang merupakan analisa secara Berganda dengan *software* SPSS.

Analisis Fishbein merupakan sebuah asumsi dari sikap seseorang terhadap suatu objek yang terbentuk dari hasil kepercayaan dan evaluasi terhadap atribut objek tersebut⁹. Analisis yang digunakan untuk memastikan besarnya pengaruh variabel terikat dan bebas disebut regresi linier berganda¹⁰. Variabel *dependent* pada penelitian ini adalah keputusan pembelian konsumen pada produk roti. Namun rasa, harga, tekstur, ketersediaan, daya tahan, dan pelayanan yang semuanya berasal dari berbagai atribut produk roti merupakan faktor independen yang dimasukkan dalam penelitian ini untuk mempengaruhi keputusan konsumen membeli Roti Soek Padjadjaran. Persamaan regresi linier berganda dapat dinyatakan secara matematis sebagai berikut:

$$Y = a + B_0X_0 + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + B_4X_4 + B_5X_5 + B_6X_6 + B_7X_7 + B_8X_8 + B_9X_9 + e$$

Y = Keputusan Pembelian

B₀ = *Intercept*

B₁X₁ = Rasa

B₂X₂ = Aroma

B₃X₃ = Tekstur

B₄X₄ = Harga

B₅X₅ = Desain kemasan

B₆X₆ = Ketahanan Produk

B₇X₇ = Ketersediaan Produk

B₈X₈ = Pelayanan

B₉X₉ = Kebersihan Tempat

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Analisis Data Fishbein Atribut Produk Roti Soek Padjadjaran

Sumber: Data Primer

Atribut	Tingkat Kepentingan	Tingkat Kepercayaan	Hasil Fishbein
Rasa	3,87	3,4	13,16
Aroma	3,41	3,09	10,54
Tekstur	3,61	3,32	11,99
Harga	3,78	3,3	12,47
Desain Kemasan	3,01	3,09	9,30

⁸ Karimuddin Abdullah et al., *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, ed. N. Saputra, 2022, [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf); V. Br Sebayang R. K. Sitepu, *Metode Kuantitatif Untuk Manajemen*, ed. U. Sastrawan, Cetakan Pe (Bogor, 2019), [https://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1131/1/Metode Kuantitatif.pdf](https://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1131/1/Metode%20Kuantitatif.pdf).

⁹ Ria Devita, Wuryaningih Dwi Sayekti, and Rabiatal Adawiyah, "Sikap Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Roti Kamura Bakery Di Kota Bandar Lampung," *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*, vol. 9, n.d.; Mutia Intan and Savitri Herista, "Analisis Multiatribut Model Fishbein Terhadap Buah Jeruk (Studi Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung)" 4, no. 2 (2019), <https://jurnal.syntaxliteratur.co.id/index.php/syntax-literatur/article/view/552/841>; Nurul Qomariyah, Imam Santoso, and Mas'ud Effendi, "Analisis Sikap Konsumen Dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luluh (Studi Kasus Di UKM Kopi Bubuk Sido Luluh, Kota Malang)," *Jurnal Industria*, vol. 3, n.d.

¹⁰ Nuzwan Sudaryana et al., "Analisis Statistik Regresi Linier Berganda," 2021, <https://seniman.nusaputra.ac.id/index.php/seniman/article/view/40/18>; R. I. Adam T. N. Padliah, "Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang 1,2," 2016, 117–28, <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/tbc/article/view/3333/3220>; I M. Yuliana, "Regresi Linier Berganda," 2016, https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pondidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ce01d61798fab7f4ad3.pdf.

Ketahanan Produk	3,75	3,31	12,41
Ketersediaan Produk	3,47	3,36	11,66
Pelayanan	3,66	3,38	12,37
Kebersihan Tempat	3,65	3,31	12,08

Tabel 3 menampilkan komputasi yang dibuat dari temuan analisis data teknik Fishbein. Temuan analisis menunjukkan tingkat signifikansi dan kepercayaan. Atribut yang mempunyai nilai tertinggi adalah rasa dan harga yang ditunjukkan oleh tingkat kepentingan dan tingkat kepercayaan.

Dengan nilai masing-masing 3,87 untuk rasa dan 3,78 untuk harga, ini adalah ciri-ciri yang paling penting. Artinya, dalam memutuskan pembelian terhadap produk roti, konsumen cenderung mementingkan atribut rasa dan harga roti tersebut. Kemudian, atribut tertinggi pada tingkat kepercayaan, yaitu atribut rasa yang memiliki nilai sebesar 3,4 dan juga atribut pelayanan dengan nilai sebesar 3,38. Artinya, konsumen percaya pada atribut rasa dan pelayanan yang ditawarkan produk Roti Soek Padjadjaran sebagai faktor prioritas sikap dalam memutuskan pembelian. Berdasarkan jumlah total nilai dari hasil perhitungan data analisis Fishbein, menunjukkan bahwa totalnya sebesar 105,98. Dengan adanya jumlah angka tersebut, sikap konsumen terhadap produk Roti Soek Padjadjaran adalah sangat baik.

Tabel 4. Summary Output

SUMMARY OUTPUT	
<i>Regression Statistics</i>	
Multiple R	0,93744483
R Square	0,87880281
Adjusted R Square	0,86668309
Standard Error	0,1260033
Observations	100

Sumber: Data Primer

Atribut-atribut pada roti dapat diketahui hubungan yang signifikan dalam memengaruhi Keputusan pembelian dengan menggunakan analisis linear berganda. Pada koefisien determinasi (*R square*) sebesar 0,87880281 (87,88 persen), menunjukkan bahwa adanya variabel rasa, aroma, tekstur, harga, desain kemasan, ketahanan produk, ketersediaan produk, pelayanan, dan kebersihan tempat sebagai atribut roti mampu menjelaskan keputusan pembelian konsumen sebesar 87,88 persen.

Tabel 5. *Anova*

ANOVA					
	<i>df</i>	<i>SS</i>	<i>MS</i>	<i>F</i>	<i>Significance F</i>
Regression	9	10,3610851	1,15123168	72,5101609	2,2897x10 ⁻³⁷
Residual	90	1,42891492	0,01587683		
Total	99	11,79			

Sumber: Data Primer

Hasil F statistik pada tabel 5 menunjukkan nilai sebesar 72,5101609, sedangkan F tabel sebesar 2,2897x10⁻³⁷ pada tingkat signifikansi 5 persen. Artinya, F statistik lebih besar daripada F tabel, agar h1 disetujui dan h0 ditolak. Ini mengklaim bahwa variabel X₁, X₂, X₃, X₄, X₅, X₆, X₇, X₈, X₉ berpengaruh dalam pembelian.

Tabel 6. *Intercept*

	<i>Coefficients</i>	<i>Standard Error</i>	<i>t Stat</i>	<i>P-value</i>
Intercept	1,8455763	0,08388226	22,0019863	5,5804x10 ⁻³⁸
X1	0,13093866	0,00711742	18,3969266	3,0138x10 ⁻³²
X2	0,00645507	0,00674119	0,95755608	0,34085188
X3	-0,01117284	0,00756635	-1,4766498	0,14326009
X4	0,00217627	0,00648018	0,33583549	0,73777658
X5	0,00508292	0,00613375	0,82868182	0,40947677
X6	0,00545048	0,00907868	0,60036045	0,54977483
X7	0,01238066	0,00752289	1,64573142	0,10330715
X8	-0,02868767	0,00947849	-3,0266085	0,00322491
X9	0,01403853	0,01165516	1,20449027	0,23155812

Sumber: Data Primer

Estimasi persamaan dari hasil analisis linear berganda adalah $Y = 1,8455763 + 0,13093866x_1 + 0,00645507x_2 - 0,01117284x_3 + 0,00217627x_4 + 0,00508292x_5 + 0,00545048x_6 + 0,01238066x_7 - 0,02868767x_8 + 0,01403853x_9$. Variabel yang menunjukkan nilai positif, yaitu X₁, X₂, X₄, X₅, X₆, X₇, dan X₉ berarti menyatakan bahwa semakin meningkatnya rasa, aroma, harga, desain kemasan, ketahanan produk, ketersediaan produk, dan kebersihan tempat dari produk roti, maka akan meningkatkan keputusan pembelian (Y) pada produk roti tersebut.

Hasil pada tabel 6 menyatakan bahwa variabel X₁ dengan nilai P value sebesar 3,0138x10⁻³² dan variabel X₈ dengan nilai P value 0,00322491 lebih kecil daripada 0,05 menunjukkan

variabel ini memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian Roti Soek Padjadjaran

KESIMPULAN

Rasa, aroma, tekstur, harga, desain kemasan, ketersediaan produk, daya tahan produk, pelayanan, dan kebersihan fasilitas semuanya diperhitungkan saat mengambil keputusan tentang apa yang akan dibeli dalam studi analisis sikap konsumen ini. Hasil analisis Multiatribut Fishbein menyatakan bahwa pada tingkat kepentingan dan kepercayaan, atribut rasa, harga, ketahanan produk, dan pelayanan menjadi atribut dengan posisi nilai empat tertinggi.

Namun, tidak semua atribut memiliki hubungan yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Analisis linear berganda menunjukkan hasil bahwa atribut rasa dan pelayanan menjadi atribut yang memiliki pengaruh positif signifikan sebagai variabel yang memengaruhi keputusan pembelian Roti Soek Padjadjaran dengan menggunakan tingkat keyakinan 95 persen.

SARAN

Pernyataan pada bab hasil dan pembahasan pada penelitian ini dapat direkomendasikan sebagai bahan referensi oleh pemilik dalam pengembangan produk aroma, tekstur, harga, desain kemasan, ketersediaan produk, daya tahan produk, pelayanan, dan kebersihan fasilitas semuanya diperhitungkan saat mengambil keputusan tentang apa yang akan dibeli dalam studi analisis sikap konsumen ini. Hasil analisis Multiatribut Fishbein menyatakan bahwa pada tingkat kepentingan dan kepercayaan, atribut rasa, harga, ketahanan produk, dan pelayanan menjadi atribut dengan posisi nilai empat tertinggi.

Roti Soek Padjadjaran untuk dapat mempertahankan kualitas rasa dan pelayanan kepada konsumen. Adapun terkait atribut lainnya agar dapat dikembangkan dengan lebih baik sebagai bagian dari kualitas roti yang dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Dan bagi semua pembaca, penelitian ini dapat menjadi acuan referensi pembelajaran, serta dapat menjadi penelitian lanjutan lainnya untuk dapat menemukan variabel-variabel lain yang lebih signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian pada produk roti.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Karimuddin, Misbahul Jannah, Ummul Aiman, Suryadin Hasda, Zahara Fadilla, Taqwin, Masita, Ketut Ngurah Ardiawan, and Meilida Eka Sari Sari. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Edited by N. Saputra, 2022. [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif.pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/28559/1/Buku%20Metodologi%20Penelitian%20Kuantitatif.pdf).
- Abdussamad, Z. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Edited by P. Rapanna. Cetakan 1.,, 2021. <https://osf.io/preprints/osf/juwxn>.
- Amini, Dwi. "Pengaruh Store Image, Store Atmosphere, Brand Awareness, Dan Product Innovation Terhadap Purchase Decision Pada Outlet Amanda Brownies Kebumen." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2019, 1–2.
- Devita, Ria, Wuryaningsih Dwi Sayekti, and Rabiatal Adawiyah. "Sikap Dan Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Pembelian Konsumen Terhadap Roti Kamura Bakery Di Kota Bandar Lampung." *Jurnal Ilmu Ilmu Agribisnis: Journal of Agribusiness Science*. Vol. 9, n.d.

- E. Utami, Yuneva. “Bakery Sebagai Penguatan Ekonomi, Ketahanan Pangan Masyarakat Melalui Diversifikasi Produk Remunggai Di Kelurahan Lingkar Timur 1,2” 2, no. 2 (2022): 210–17.
- Faozi, Ikhsan, and SB Handayani. “Analisa Keputusan Pembelian Yang Dipengaruhi Harga Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pada PT Bina Pertiwi Semarang,” no. 47 (2019): 44–52. <https://ejurnal.stiedharmaputra-smg.ac.id>.
- Intan, Mutia, and Savitri Herista. “Analisis Multiatribut Model Fishbein Terhadap Buah Jeruk (Studi Kasus Kota Bandar Lampung Provinsi Lampung)” 4, no. 2 (2019). <https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/view/552/841>.
- M. A. Pratama, T. T. Andari, R. Gunawan. “Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Keputusan Pembelian Roti Soek Padjajaran Bogor.” *Karimah Tauhid* 2 (2023). <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/8583/4008>.
- Putu, Ni, Decy Arwini, Program Studi, Teknik Industri, Fakultas Teknik, Universitas Mahendradatta Bali, and Peguyangan Denpasar Utara. “ROTI , PEMILIHAN BAHAN DAN PROSES PEMBUATAN” 4, no. 1 (2021): 33–40.
- Qomariyah, Nurul, Imam Santoso, and Mas’ud Effendi. “Analisis Sikap Konsumen Dan Kinerja Atribut Kopi Bubuk Sido Luhur (Studi Kasus Di UKM Kopi Bubuk Sido Luhur, Kota Malang).” *Jurnal Industria*. Vol. 3, n.d.
- R. K. Sitepu, V. Br Sebayang. *Metode Kuantitatif Untuk Manajemen*. Edited by U. Sastrawan. Cetakan Pe. Bogor, 2019. [https://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1131/1/Metode Kuantitatif.pdf](https://repository.uisu.ac.id/bitstream/123456789/1131/1/Metode%20Kuantitatif.pdf).
- Slamet. “Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Keputusan Pembelian Produk Makanan Halal Di Kota Semarang” 01, no. 02 (2023): 11. <https://journal.upy.ac.id>.
- Sudariana, Nuzwan, Dosen Program, Studi Manajemen, and Universitas Nusa Putra. “Analisis Statistik Regresi Linier Berganda,” 2021. <https://seniman.nusaputra.ac.id/index.php/seniman/article/view/40/18>.
- T. N. Padilah, R. I. Adam. “Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang 1,2),” 2016, 117–28. <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/fbc/article/view/3333/3220>.
- W. Pratama, P. D. Swamilaksita, D. Angkasa, P. Ronitawati, R. Fadhilla. “Pengembangan Roti Tawar Sumber Protein Dengan Penambahan Tepung Ampas Kelapa Dan Tepung Kedelai” 11, no. 2 (2021). <https://jurnal.unimus.ac.id/index.php/JPDG/article/view/7184/pdf>.
- Yuliara, I M. “Regresi Linier Berganda,” 2016. https://simdos.unud.ac.id/uploads/file_pondidikan_1_dir/5f0221d2b0bb7ced1d61798fab7f4ad3.pdf.