

Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sayuran terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Tradisional Gempolan Pakel Tulungagung

Meike Putriningtyas^{1*}, Maria Agatha Sri Widyanti Hastuti²

¹ Program Studi Pendidikan Ekonomi, Mahasiswa/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

² Program Studi Pendidikan Ekonomi, Dosen/Universitas Bhinneka PGRI, Indonesia

Corresponding Author: meikeputri243@gmail.com^{1*}

Article History

Received : 23-06-2024

Revised : 18-07-2024

Accepted : 23-07-2024

Keywords: *Price; Traditional Markets; Quality of Vegetable Products*

ABSTRAK

Pasar tradisional sering dikenal dengan pasar rakyat mempunyai pesona tersendiri yang menjadikan daya tarik semua masyarakat khususnya kelas menengah kebawah untuk berkunjung ke pasar tradisional. Salah satu contohnya yaitu pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung saat ini menjadi bertemunya antara konsumen dengan pedagang. Permasalahan yang sering terjadi di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung yaitu mengenai persaingan harga dan kualitas produk sayuran yang dijual yang menyebabkan bisa terjadi peningkatan/penurunan kegembiraan dari konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menemukan dampak harga dan kualitas sayuran terhadap kepuasan pembeli di Pasar Tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket (kuesioner) yang telah diuji untuk validitas dan reliabilitas. Sejumlah 110 responden telah digunakan dalam sampel. Penggunaan data yang akan dianalisis menggunakan metode regresi linier berganda setelah dilakukan uji asumsi klasik, diikuti dengan uji t, uji F, dan uji koefisien determinasi dengan menggunakan program SPSS 20 untuk windows. Penelitian menemukan bahwa harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan secara sebagian dengan nilai thitung > ttabel sebesar $4,336 > 1,659$ dan signifikansi $0,00 < 0,05$, sementara kualitas produk juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan thitung > ttabel sebesar $4,028 > 1,659$ dan signifikansi $0,01 < 0,05$. Terdapat interaksi antara harga dan kualitas produk sayuran terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Gempolan Pakel. Nilai Fhitung yang lebih besar dari Ftabel menunjukkan signifikansi yang tinggi, dengan pengaruh sebesar 51,4%. Sedangkan 48,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian.

ABSTRACT

Traditional markets, often known as people's markets, have their own charm which attracts all people, especially the lower middle class, to visit traditional markets. One example is the traditional market in Gempolan, Pakel, Tulungagung which is currently a meeting point between consumers and

traders. The problem that often occurs in the Gempolan, Pakel, Tulungagung traditional market is regarding price competition and the quality of the vegetable products being sold which can cause an increase/decrease in consumer excitement. The aim of this research is to find the impact of price and quality of vegetables on buyer satisfaction at the Gempolan Traditional Market, Pakel, Tulungagung. Data collection was carried out using questionnaires that had been tested for validity and reliability. A total of 110 respondents have been used in the sample. The data used to be analyzed uses the multiple linear regression method after carrying out the classical assumption test, followed by the *t* test, *F* test, and coefficient of determination test using the SPSS 20 program for Windows. The research found that price has a positive effect on customer satisfaction in part with a *t*count > *t*table value of $4.336 > 1.659$ and a significance of $0.00 < 0.05$, while product quality also influences customer satisfaction with a *t*count > *t*table of $4.028 > 1.659$ and a significance of $0,01 < 0.05$. There is an interaction between price and quality of vegetable products on customer satisfaction at Gempolan Pakel Market. An *F*count value that is greater than *F*table shows high significance, with an influence of 51.4%. Meanwhile, the remaining 48.6% was influenced by other factors outside the research.

PENDAHULUAN

Permasalahan yang ada di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung diantaranya yaitu harga dan kualitas produk yang menyebabkan bisa terjadi peningkatan/penurunan kepuasan pelanggan. Di pasar tradisional Gempolan ini terdapat beberapa pedagang sayur-sayuran yang memiliki perbedaan harga dan kualitas produk antara pedagang satu dengan pedagang lainnya. (Amita Sari, Tonich Uda, Rinto Alexandro, Sri Rohaetin, 2022) Perbedaan harga ini dilakukan agar menarik perhatian pelanggan. Selain perbedaan harga, terdapat berbagai macam kualitas produk sayuran diantaranya ada pedagang sayuran yang menjual sayuran fresh/segar ada juga yang menjual sayuran tidak fresh seperti sudah layu, hampir busuk, warna sayuran yang tidak fresh. (Utami dan Saputra, 2017)

Kualitas produk tersebut yang menyebabkan adanya perbedaan/selisih harga setiap pedagang sayuran di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. Tetapi dengan kualitas sayuran tersebut memberikan tingkat kelarisan yang lebih meningkat di pasar tradisional gempolan ini. Menurut para pelanggan di pasar tradisional Gempolan, justru yang lebih aman/sehat dikonsumsi sayuran yang seperti itu karena tidak mengandung obat pestisida di sayurannya (Alami). (Dian, Nadhar dan Norhaedah, 2020) Mayoritas besar pelanggan di pasar tradisional Gempolan ini memilih membeli sayuran tidak melihat kualitas produknya tetapi mencari harga yang lebih murah dengan memiliki kualitas sayuran yang dikatakan lebih sehat (tidak mengandung obat pestisida). (Yan *et al.*, 2023)

Meskipun harga murah dengan kualitas produk/sayuran yang tidak fresh tidak menjadi permasalahan pelanggan di pasar tradisional Gempolan. Tetapi ada beberapa pelanggan yang memilih kualitas sayuran yang fresh meskipun ada selisih harga. Produk sayuran yang memiliki kualitas produk yang fresh sebagai contoh yaitu seperti kubis, wortel, seledri, daun bawang, brokoli, kentang, buncis, sawi, bayam, bawang bombay dan masih banyak lainnya yang dijual dengan kualitas produk bagus (sempurna) memiliki ciri produknya sayuranya lebih besar-besar dengan kualitas warna yang kelihatan lebih pekat/fresh, tidak busuk/cacat.(Makorere, Mariki dan Mrisha, 2019)

Ada beberapa faktor yang dapat memengaruhi kualitas produk sayuran, seperti jenis tanaman, cara bertani, dan kondisi lingkungan. Di pasar tradisional, pedagang sayuran seperti yang menjual kangkung, sawi, dan bayam umumnya memperoleh barang dagangannya secara langsung dari petani yang menggunakan praktik pertanian organik dan ramah lingkungan. Ini juga berpotensi untuk memengaruhi mutu sayuran yang dijual di pasar tradisional. Sayuran mengandung nutrisi yang essential seperti vitamin, antioksidan, dan serat yang bermanfaat bagi kesehatan tubuh kita.(Roring dan Rumokoy, 2019)

Dari penjelasan tersebut, penulis ingin mengetahui seberapa besar dampak harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan, jadi penulis akan melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Sayuran Terhadap Kepuasan Pelanggan di Pasar Tradisional Gempolan Pakel Tulungagung”.

METODE PENELITIAN

Dalam studi ini, jenis metode yang dipakai adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif berbasis pada positivisme dan digunakan untuk menyelidiki populasi atau sampel tertentu. Pengambilan sampel biasanya dilakukan secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data dilakukan secara kuantitatif/statistik untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.(Alfriadadi dan Pujihastuti, 2023) Pengetahuan diperoleh melalui berbagai cara seperti observasi, kuesioner, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Agar mempermudah analisis data, peneliti menggunakan software Statistical Product Solution (SPSS) IBM Statistic 20.(Gunawan *et al.*, 2023)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pemaparan data hasil studi melibatkan pengolahan data hasil riset dalam bentuk tabel atau grafik tentang variabel harga (X1), kualitas produk (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penelitian ini dilakukan terhadap pelanggan sayuran di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung (Chen, Hua dan Fu, 2024). Beberapa hal yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen adalah harga dan kualitas produk sayuran. Pada penelitian yang sudah dilakukan terdapat beberapa permasalahan yang dialami pedagang sayuran yaitu persaingan harga antara pedagang sayuran di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. (Faris Ardiansyah, Bambang Mursito, 2019)

Para pedagang sayuran di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung berlomba-lomba melakukan persaingan harga untuk menarik para pelanggan di pasar dan permasalahan kedua yaitu mengenai kualitas produk yang dijual oleh pedagang sayuran. Terdapat berbagai macam kualitas produk sayuran diantaranya ada pedagang sayuran yang menjual sayuran fresh/segar dengan harga yang relatif lebih mahal, ada juga yang menjual sayuran tidak fresh seperti sudah layu, hampir busuk, warna sayuran yang tidak fresh tetapi dengan harga yang relatif lebih murah.(Putra, 2023)

Oleh karena itu, para peneliti melakukan studi untuk mengidentifikasi dampak harga dan kualitas produk sayuran terhadap kepuasan pembeli di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan sayuran dengan sampel sebanyak 110 responden dan teknik yang digunakan yaitu accidental sampling.berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan berikut hasil penjabaran sebagai berikut: (Siti Solikha, 2020)

Harga (X1)

Dalam penelitian ini variabel Harga (X1) diukur dengan menggunakan 4 (empat) variabel dengan menggunakan 15 pernyataan dan masing-masing variabelnya dapat diukur dengan skor 1-5 dengan skor tertinggi 75 dan skor terendah 15. Data didapat melalui hasil angket yang sudah terkumpul setelah penelitian dilakukan di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung.(Sembiring, 2016)

Tabel 1. Klasifikasi Hasil Angket Harga (X1)

No Interval	Nilai	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	63-75	Sangat Setuju	37	33,6%
2	51-62	Setuju	70	63,6%
3	39-50	Ragu-Ragu	2	1%
4	27-38	Tidak Setuju	1	1%
5	15-26	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah			110	100%

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Data Harga (X1)

No item	5		4		3		2		1		Item	Mean indikator
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
X1.1	31	28,2	72	65,5	6	5,5	1	0,9	0	0	4,2	4,1
X1.2	38	34,5	69	62,7	1	0,9	2	1,8	0	0	4,3	
X1.3	32	29,1	64	58,2	13	11,8	1	0,9	0	0	4,1	
X1.4	26	23,6	59	53,6	22	20,0	3	2,7	0	0	3,9	

X1.5	22	20,0	78	70,9	7	6,4	3	2,7	0	0	4,0	4,0
X1.6	26	23,6	77	70,0	5	4,5	2	1,8	0	0	4,1	
X1.7	25	22,7	75	68,2	8	7,3	2	1,8	0	0	4,1	
X1.8	23	20,9	76	69,1	10	9,1	1	0,9	0	0	4,1	
X1.9	27	24,5	65	59,1	17	15,5	1	0,9	0	0	4,0	3,9
X1.10	20	18,2	71	64,5	16	14,5	3	2,7	0	0	3,9	
X1.11	20	18,2	62	56,4	26	23,6	1	0,9	1	0,9	3,9	
X1.12	29	26,4	51	46,4	16	14,5	14	12,7	0	0	3,8	
X1.13	30	27,3	50	45,5	11	10,0	18	16,4	1	0,9	3,8	3,9
X1.14	19	17,3	85	77,3	4	3,6	2	1,8	0	0	4,1	
X1.15	23	20,9	59	53,6	23	20,9	5	4,5	0	0	3,9	
Rata-Rata												3,9

Bisa dijelaskan bahwa rata-rata indeks harga adalah 3,9. Menurut informasi dalam tabel, keempat indikator memiliki nilai potongan harga sebesar 4,1. Indeks pertimbangan harga dan kualitas produk adalah 4,0. Indikator keterjangkauan harga yaitu 3,9. Indikator daya saing harga yaitu 3,9.

Kualitas Produk (X2)

Dalam penelitian ini variabel Kualitas Produk (X2) diukur dengan menggunakan 3 (tiga) variabel dengan menggunakan 15 pernyataan dan masing-masing variabelnya dapat diukur dengan skor 1-5 dengan skor tertinggi 75 dan skor terendah 15. Data didapat melalui hasil angket yang sudah terkumpul setelah penelitian dilakukan di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. (Deri Kusmadeni, 2021)

Tabel 3. Klasifikasi Hasil Angket Kualitas Produk (X2)

No Interval	Nilai	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	63-75	Sangat Setuju	27	24,5%
2	51-62	Setuju	75	68,2%
3	39-50	Ragu-Ragu	7	6,4%
4	27-38	Tidak Setuju	1	1%
5	15-26	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah			110	100%

Tabel 4 Distribusi Frekuensi Data Kualitas Produk (X2)

No item	5		4		3		2		1		Mean	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Item	Indikator
X2.1	14	12,7	66	60,0	26	23,6	3	2,7	1	0,9	3,8	3,9
X2.2	29	26,4	57	51,8	20	18,2	3	2,7	1	0,9	4,0	
X2.3	24	21,8	71	64,5	14	12,7	1	0,9	0	0	4,0	
X2.4	22	20,0	66	60,0	20	18,2	2	1,8	0	0	3,9	
X2.5	24	21,8	68	61,8	12	10,9	6	5,5	0	0	4,0	
X2.6	23	20,9	59	53,6	24	21,8	4	3,6	0	0	3,9	3,6
X2.7	21	19,1	61	55,5	27	24,5	1	0,9	0	0	3,9	
X2.8	19	17,3	47	42,7	16	14,5	22	20,0	6	5,5	3,4	
X2.9	24	21,8	53	48,2	16	14,5	17	15,5	0	0	3,7	
X2.10	17	15,5	51	46,4	16	14,5	24	21,8	2	1,8	3,5	
X2.11	23	20,9	75	68,2	11	10,0	1	0,9	0	0	4,0	4,1
X2.12	30	27,3	73	66,4	6	5,5	0	0	1	0,9	4,1	
X2.13	22	20,0	61	55,5	26	23,6	1	0,9	0	0	3,9	
X2.14	59	53,6	47	42,7	3	2,7	1	0,9	0	0	4,4	
X2.15	56	50,9	47	42,7	7	6,4	0	0	1	0,9	4,4	
Rata-Rata											3,8	

Indeks rata-rata kualitas produk adalah 3,8, seperti yang terdapat dalam tabel di atas ketiga (3) indikator tersebut, indikator ketahanan kualitas sayuran yaitu 3,9. Indikator bentuk sayuran yaitu 3,6. Indikator kesan kualitas sayuran yaitu 4,1.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam studi ini, kepuasan pelanggan diukur dengan variabel (Y) dan 4 (empat) variabel dengan menggunakan 15 pernyataan dan masing-masing variabelnya dapat diukur dengan skor 1-5 dengan skor tertinggi 75 dan skor terendah 15. Data didapat melalui hasil angket yang sudah terkumpul setelah penelitian dilakukan di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung. Berikut data distribusi frekuensi kepuasan pelanggan sebagai berikut: (Timisela, Sari dan Lawalata, 2020)

Tabel 5 Klasifikasi Hasil Angket Kepuasan Pelanggan (Y)

No Interval	Nilai	Klasifikasi	Frekuensi	Presentase
1	63-75	Sangat Setuju	28	25,5%
2	51-62	Setuju	77	70%
3	39-50	Ragu-Ragu	4	3,6%
4	27-38	Tidak Setuju	1	1%
5	15-26	Sangat Tidak Setuju	0	0%
Jumlah			110	100%

Tabel 6 Distribusi Frekuensi Data Kepuasan Pelanggan (Y)

No item	5		4		3		2		1		Mean	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	Item	Indikator
Y1.1	26	23,6	74	67,3	8	7,3	2	1,8	0	0	4,1	4,1
Y1.2	28	25,5	75	68,2	7	6,4	0	0	0	0	4,1	
Y1.3	28	25,5	75	68,2	6	5,5	2	0,9	0	0	4,1	
Y1.4	28	25,5	70	63,6	10	9,1	2	1,8	0	0	4,1	
Y1.5	19	17,3	63	57,3	26	23,6	2	1,8	0	0	3,9	4,0
Y1.6	13	11,8	55	50,0	37	33,6	4	3,6	1	0,9	3,6	
Y1.7	28	25,5	71	64,5	8	7,3	3	2,7	0	0	4,1	
Y1.8	59	53,6	49	44,5	1	0,9	1	0,9	0	0	4,5	
Y1.9	17	15,5	60	54,5	32	29,1	1	0,9	0	0	3,8	3,9
Y1.10	17	15,5	78	70,9	13	11,8	1	0,9	1	0,9	3,9	
Y1.11	19	17,3	76	69,1	11	10,0	4	3,6	0	0	4,0	
Y1.12	20	18,2	63	57,3	23	20,9	4	3,6	0	0	3,9	
Y1.13	20	18,2	73	66,4	16	14,5	1	0,9	0	0	4,0	4,0
Y1.14	23	20,9	71	64,5	15	13,6	1	0,9	0	0	4,0	
Y1.15	24	21,8	77	70,9	7	6,4	2	1,8	0	0	4,1	
Rata-Rata											4	

Berdasarkan data yang telah diberikan, dapat dijelaskan bahwa indeks rata-rata kepuasan pelanggan adalah 4, berdasarkan informasi yang tercantum pada tabel. indikator

kepuasan pelanggan yaitu 4,1. Indikator minat pembelian ulang yaitu 4,0. Indikator kesediaan untuk merekomendasikan kepada orang lain yaitu 3,9. Indikator terepenuhinya harapan konsumen yaitu 4,0.

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis uji t, dapat disimpulkan bahwa variabel harga (X1) memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan di pasar tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung dengan thitung sebesar 4,336 yang lebih besar dari ttabel 1,659 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Begitu pula dengan variabel kualitas produk (X2) yang juga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan thitung sebesar 4,028 yang melebihi ttabel 1,659 dan nilai signifikansi kurang dari 0,05. Faktor signifikan dari variabel harga dan kualitas produk sayuran terhadap kepuasan pelanggan di Pasar Tradisional Gempolan, Pakel, Tulungagung ditunjukkan oleh Fhitung sebesar 58,735 > Ftabel 3,081 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Persamaan regresi $y=16,413 + 0,402 X_1 + 0,337 X_2$ menunjukkan nilai konstanta $a=16,413$, koefisien regresi $b_1=0,402$ dan $b_2=0,337$ untuk variabel harga dan kualitas produk sayuran.

Harapannya adalah persiapan yang baik sebelum mengumpulkan data dan tambahan variabel penelitian untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, termasuk kualitas layanan, sikap, lokasi, fasilitas, kenyamanan, promosi, tampilan, dan nilai produk.

UCAPAN TERIMA KASIH

Salam hangat peneliti sampaikan kepada segenap rektorat kampus beserta dosen pembimbing, serta rekan-rekan mahasiswa dan tak lupa segenap keluarga yang telah membantu terselesaikannya penelitian ini dengan tepat waktu.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfriyadi, M. S. Dan Pujihastuti, I. (2023) "Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Minimarket Alfamidi Jababeka 2)," *Jurnal Manifest*, 03(02), Hal. 175–195.
- Amita Sari, Tonich Uda, Rinto Alexandro, Sri Rohaetin, F. H. (2022) "Jurnal Pendidikan Ekonomi," *Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 7(2), Hal. 71–76.
- Chen, Y., Hua, Z. Dan Fu, Y. (2024) "Research On Vegetable Product Pricing And Replenishment Decision Based On Linear Regression And Arima Model," *Highlights In Science, Engineering And Technology*, 82, Hal. 316–322.
- Deri Kusmadeni, H. E. (2021) "Pengaruh Harga Kompetitif, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Di Pasar Rumput Pangkalbalam Pangkalpinang Deri Kusmadeni 1 , Hasuna Eriyanti 2 2," *Jurnal Manivestasi*, 3(1), Hal. 37–52.
- Dian, P., Nadhar, M. Dan Norhaedah, K. (2020) "Yume : Journal Of Management Analisis

- Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Minat Beli Pada Pasar Tradisional Cakke Kecamatan Anggeraja Kabupaten Enrekang,” *Yume : Journal Of Management*, 3(3), Hal. 65–83.
- Faris Ardiansyah, Bambang Mursito, S. M. (2019) “Edunomika – Vol. 03, No. 02 (Agustus 2019),” *Edunomika*, 03(02), Hal. 493–500.
- Gunawan, I. *Et Al.* (2023) “Pengaruh Kualitas Produk , Harga Dan Suasana Tempat Terhadap,” *Jurnal Komunikasi Dan Ilmu Sosial(Jkis)*, 1(1), Hal. 1–17.
- Makorere, R., Mariki, J. Dan Mrisha, S. (2019) “The Effect Of Price On Fresh Vegetable Choices In Selected Markets Of Morogoro Region, Tanzania,” *International Journal Of Sustainable Development Research*, 5(3), Hal. 79.
- Putra, I. P. D. S. S. (2023) “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Pakaian Di Pasar Tradisional Tabanan,” *Jurnal Pendidikan Tambusi*, 7, Hal. 7137–7145.
- Roring, B. T. F. Dan Rumokoy, F. S. (2019) “Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado The Effect Of Service Quality , Price And Product Quality On Customer Satisfaction At Raja Oci Manado Restaurant,” *Jurnal Emba*, 7(1), Hal. 891–900.
- Sembiring, R. (2016) “Pengaruh Harga , Kualitas , Keragaman Produk Dan Lokasi Pasar Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Membeli Produk Pertanian Di Pasar Tradisional Berastagi,” *Jurnal Agrica*, 9(2), Hal. 107–116.
- Siti Solikha, I. S. (2020) “Terhadap Kepuasan Pelanggan,” *Jurnal Ekobis: Ekonomi, Bisnis & Manajemen*, 10(1), Hal. 67–81.
- Timisela, N. R., Sari, R. M. Dan Lawalata, M. (2020) “Effect Of Product Attributes On Consumer Satisfaction Of Organic Vegetables At Dian Pertiwi Supermarket , Ambon City,” *International Journal Of Innovation, Creativity And Change*, 12(9), Hal. 109–122.
- Utami, R. P. Dan Saputra, H. (2017) “Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Sayuran Organik Di Pasar Sambas Medan,” *Niagawan*, 6(2), Hal. 44–53.
- Yan, F. *Et Al.* (2023) “Vegetable Sales And Pricing Correlations : Insights From A Ransac Regression Analysis,” *International Journal Of New Developments In Engineering And Society*, 7(9), Hal. 1–7.