

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT
BELI KONSUMEN PADA USAHA HOME (IKAN KERING/IKAN ASIN)
DI DESA DARUSSALAM KECAMATAN DANAU PANGGANG**

PUBLIKASI ILMIAH

Diajukan Kepada Program Studi Administrasi Bisnis Untuk Memenuhi Sebagian
Persyaratan untuk memperoleh Gelar Diploma (D3)



OLEH

RATNAWATI

NPM : 202163411197

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SEKOLAH TINGGI ILMU ADMINISTRASI (STIA)
AMUNTAI
2024**

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP
MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA HOME (IKAN
KERING/ IKAN ASIN) DI DESA DARUSSALAM
KECAMATAN DANAU PANGGANG
KABUPATEN HSU**

OLEH

RATNAWATI

NPM : 202163411197

Telah Diajukan Pada Tanggal

24 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Jamil Rifani, S.Sos, MM

NIDN. 1130118401

PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA USAHA HOME (IKAN KERING/IKAN ASIN) DI DESA DARUSSALAM KECAMATAN DANAU PANGGANG

Ratnawati ¹, Jamil Rifani ²

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: ratnawatibeby@gmail.com

ABSTRAK

Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam pemasaran produk karena harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat dinamis. Harga ikan kering semakin menaik dikarenakan kebutuhan dalam membuat ikan kering semakin meningkat seperti Bensin untuk mesin Ces untuk mencari ikan yang semakin naik dan cuaca yang kadang kurang menentu sehingga ikan yang susah dicari. Penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif, dengan pengumpulan data melalui Observasi (pengamatan) Kuisisioner Dokumentasi. Teknik Pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik simple random sampling. Hasil kajian yaitu, Pernyataan hipotesis pertama (H1) diterima. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai t hitung sebesar 2,464 sedangkan nilai tabel 5,917 dapat dikatakan nilai ini berpengaruh. Pernyataan hipotesis kedua (H2) diterima. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai t hitung sebesar 3,209. Pernyataan hipotesis ketiga (H3) diterima. Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara silmutan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin didesa darussalam kualitas produk memiliki nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Untuk meningkatkan Kualitas Produk Sebaiknya penjual Ikan Kering/ikan asin agar tetap memperhatikan pada harga yang akan ditetapkan.

Kata kunci : Pengaruh, Kualitas, Ikan Asin

ABSTRACT

Success in pricing is a key element in product marketing because price is a dynamic marketing mix element. The price of dried fish is increasing due to the increasing demand for making dried fish, such as petrol for Ces engines to find fish which is increasing and the weather is sometimes unpredictable so fish are hard to find. This research uses a quantitative method, with data collection through observation and documentation questionnaires. The sampling technique used was simple random sampling technique. The results of the study are, the first hypothesis statement (H1) is accepted. The price variable has a significant effect on consumer buying interest in the dried/salted fish home business. The influence of price on consumer satisfaction has a calculated t value of 2.464 while the table value is 5.917. It can be said that this value has an influence. The second hypothesis statement (H2) is accepted. The product quality variable has a significant effect on consumer buying interest in dried fish/salted fish home businesses. The influence of product quality on consumer satisfaction has a calculated t value of 3.209. The third hypothesis statement (H3) is accepted. The price and product quality variables have a simultaneous effect on consumer buying interest in the dried fish/salted fish home business in Darussalam village. Product quality has a significant value of 0.001, which is smaller than 0.05. To improve product quality, sellers of dried fish/salted fish should pay attention. at the price to be determined.

Keywords: Influence, Quality, Salted Fish

PENDAHULUAN

Perkembangan pasar yang senantiasa berubah atau dinamis dari waktu ke waktu terutama dalam era globalisasi seperti sekarang ini, menuntut Pedagang untuk bijak dalam penetapan harga dan meningkatkan kualitas produknya. Perubahan teknologi dan harus informasi yang sangat cepat ini mendorong timbulnya laju persaingan di dalam dunia usaha. Era globalisasi ditandai dengan adanya perkembangan dunia usaha secara pesat, hal ini ditandai dengan tingkat persaingan yang semakin ketat, oleh karena itu bagi pedagang yang mempunyai keinginan untuk memenangkan persaingan tersebut harus mampu merebut konsumen. Dalam merebut konsumen diperlukan suatu manajemen pemasaran yang handal dan mampu mengantisipasi setiap persaingan yang dapat menjalankan kegiatan usaha secara efektif dan efisien.

Berbagai usaha yang dilakukan pedagang untuk menciptakan produk yang unggul dalam kegiatan pemasaran, perusahaan membutuhkan suatu strategi untuk mempengaruhi pasar dengan cara mencari peluang usaha baik terutama dalam kualitas produk. Dengan demikian hal ini memungkinkan pedagang untuk menghasilkan produk dengan kualitas yang lebih baik dari sebelumnya dan lebih baik dari produk saingannya, agar dapat menarik konsumen pada umumnya, khususnya pembeli produk tersebut dan tentunya dapat memenuhi minat beli konsumen sebagai penikmat atau konsumen yang menjual kembali produk tersebut.

Dengan semakin banyaknya produk yang ada dipasaran berarti memberikan keleluasaan bagi konsumen untuk memilih produk yang sesuai dengan keinginannya. Dengan banyaknya produk yang ada di pasaran akan mendorong perusahaan bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai cara yang tepat, misalnya bahan Ikannya bersih, Tingkat Rasa Asin pada ikan, tingkat keringnya pas dan sebagainya. Pada dasarnya keberhasilan suatu pedagang didalam memproduksi dan memasarkan produknya, sangat ditentukan juga oleh minat beli konsumen didalam penerapan pasar produk yang akan diperjual belikan agar pasar produknya dapat diterima sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Harga merupakan sesuatu yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Adapun pengertian Harga menurut para ahli, Menurut Kotler (2001), pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan ke suatu produk atau layanan jasa. Artinya, harga adalah jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi memiliki atau mendapatkan keuntungan dari sebuah produk barang atau jasa. Dan menurut Menurut Philip Kotler (2012) harga adalah jumlah uang yang harus dibayar pelanggan untuk produk yang akan dibeli.

Kesuksesan dalam penetapan harga merupakan elemen kunci dalam pemasaran produk karena harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat dinamis, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga memiliki peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk, sehingga sangat menentukan keberhasilan pemasaran suatu produk. Sehingga dapat dikatakan bahwa harga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan membeli agar dapat menimbulkan minat beli konsumen. Harga Ikan Asin akan Terhubung dengan Kualitas Ikan, apabila Kualitas Ikan Kering baik maka harga Ikan bagus.

Kualitas produk merupakan hal yang penting yang harus diusahakan oleh setiap usaha dagang jika ingin yang dihasilkan dapat bersaing dipasar untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Semakin bertambah dewasa pikiran konsumen dalam mempertimbangkan kualitas suatu produk yang dipilihnya, sehingga menuntut usaha dagang untuk selalu memperbaiki kualitas produk mereka. Kualitas produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan usaha dagang untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan. Dengan banyaknya produk yang ada di pasaran akan mendorong usaha dagang bersaing mendapatkan calon konsumen melalui berbagai cara yang tepat. Sehingga dapat dikatakan bahwa penetapan harga yang sesuai dengan kondisi pasar dapat meningkatkan minat beli konsumen.

Dalam hal meningkatkan minat beli konsumen sesungguhnya perusahaan perlu menentukan modal yang sesuai dengan kondisi pasarnya yakni dengan memberikan kualitas produk dan strategi pemasaran yang tepat sehingga dapat menyebabkan minat beli konsumen terhadap barang dijual tersebut menjadi meningkat. Minat beli konsumen sebagai respons konsumen terhadap evaluasi yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian atau norma kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat minat beli konsumen yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas konsumen juga dapat mencegah terjadinya perputaran konsumen, mengurangi sensitivitas konsumen terhadap kualitas produk dan meningkatkan efektivitas modal.

Persaingan yang ketat didalam dunia usaha saat ini menuntut setiap produsen untuk aktif dalam menarik dan mempertahankan setiap konsumennya. Persaingan usaha (bisnis) adalah istilah yang sering muncul dalam berbagai literatur yang menuliskan perihal aspek hukum persaingan bisnis. Persaingan berasal dari bahasa Inggris yaitu *competition* yang artinya persaingan itu sendiri atau kegiatan bersaing, pertandingan, dan kompetisi. Persaingan usaha juga dapat ditemui dalam UU No.5 tahun 1999 tentang larangan praktek Monopoli dan persaingan tidak sehat. Secara umum, persaingan bisnis adalah perseteruan atau rivalitas antara pelaku bisnis yang secara independen berusaha mendapatkan konsumen dengan menawarkan harga yang baik dengan kualitas barang atau jasa yang baik pula.

Objek penelitian pada Usaha Home (Ikan Kering) yang berlokasi di Jalan Timur Raya Kelurahan/Desa Darussalam merupakan salah satu contoh produsen yang memproduksi berbagai jenis kering. Dalam hal ini Usaha Home (Ikan Kering) dapat memproduksi berbagai macam jenis ikan untuk keperluan sehari-hari atau hajatan lainnya, , Ikan Sapat Siam, Ikan Sapat (Kecil), Ikan Haruan, dan berbagai jenis ikan lainnya, Usaha Home (Ikan Kering). membuka usaha yang dimana didalam segi penjualannya bisa juga melalui pemesanan. Strategi pemasaran Usaha Home (Ikan Kering) memang cukup baik, tetapi dengan banyaknya produsen pesaing yang bersaing juga pada bidang yang sama, sehingga memaksa Usaha Home (Ikan Kering) harus terus berinovasi di dalam memproduksi Ikan Kering. Persaingan usaha di masa sekarang, membuat Usaha Home (Ikan Kering) Desa Darussalam Kabupaten Hulu Sungai Utara harus memikirkan penetapan harga yang bagus guna mendatangkan bahkan mempertahankan konsumennya.

Teknik Analisis data yang diperoleh dari observasi dilakukan dengan metode distribusi Presentase sederhana. Data Presentase diolah dalam bentuk tabel yang memuat jawaban responden terhadap pernyataan lapangan. Karakteristik Responden pada Ikan Kering di Desa DarussalamKecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara. Adapun Observasi yang dilakukan Kepada Bapak SAINI Tentang Ikan Kering, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1 Harga Ikan Kering/Ikan Asin

No	Jenis Ikan	Harga Saat Ini	Harga Sebelumnya
1	Ikan Sapat Siam	110.000	100.000
2	Ikan Sapat (Kecil)	50.000	45.000
3	Ikan Haruan	65.000	60.000

Dari Hasil pernyataan dari Bapak SAINI harga ikan kering semakin menaik dikarenakan kebutuhan dalam membuat ikan kering semakin meningkat seperti Bensin untuk mesin Ces untuk mencari ikan yang semakin naik dan cuaca yang kadang kurang menentu sehingga ikan yang susah dicari.

Tabel 1 Lama Penggeringan

Jenis Ikan	Penjemuran(Hari)
Ikan Sapat Siam	2 Hari
Ikan Sapat (Kecil)	1 Hari
Ikan Haruan	2 Hari

Ikan tergantung dengan cara penggolahannya, apabila tidak dengan cara yang baik maka ikan akan cepat berulat. Dan juga apabila dengan cuaca buruk proses penggeringan akan sedikit lambat dan juga akan menyebabkan Ikan akan cepat berulat.

Ada beberapa hal yang terjadi keluhan pelanggan terhadap seorang penjual ikan yaitu sebagai berikut :

1. Ikan yang cepat berulat
2. Tingkat Kering Kurang bagus karena cuaca atau cara pembuatan yang salah.
3. Harga yang kurang stabil.

Tapi, Bapak Saini jarang menemui keluhan tersebut dari pelanggan beliau. Ikan Kering pun mempunyai tak tik dalam pembuatan jadi harus mempunyai keahlian dalam pembuatan

maka ikan akan terasa enak dan juga awet, ikan akan awet atau tidak cepat berulat walau cuaca buruk.

Dari hasil Kuesioner, bahwa permasalahan yang muncul di Usaha Home(Ikan Kering) Desa Darussalam Kabupaten Hulu Sungai Utara lebih mengarah pada penetapan harga jual Ikan Kering yang masih relatif mahal, terdapat beberapa ikan kering yang kualitas rasa asin dan kualitas penjemuran ikan sehingga ikan kurang baik sehingga menurunkan minat beli konsumen untuk tidak membeli dan memesan ikan kering di Usaha Home(Ikan Kering) Desa Darussalam. Hal inilah yang dapat membuat konsumen lebih memilih memesan Ikan Kering di tempat usaha pesaing sehingga menurunkan tingkat penjualan pada Usaha Home(Ikan Kering) Desa Darussalam. Berdasarkan uraian masalah diatas, maka peneliti tertarik mengadakan penelitian secara ilmiah dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Home (Ikan Kering) Desa Darussalam Kabupaten Hulu Sungai Utara”.

Alasan saya mengambil materi ini karena masyarakat Desa Darussalam lebih banyak bekerja sebagai nelayan. Nelayan biasanya menjual dalam bentuk Ikan yang masih Hidup dan juga Ikan yang sudah dikeringkan. Karena menurut Masyarakat Desa Darussalam Penghasilan dari Penjualan Ikan Kering Sangat Menguntungkan bagi mereka dari pada usaha yang lain dan menjadi kebiasaan dan khas bagi mereka bekerja sebagai nelayan dan sebagian dari mereka hanya bisa menggandakan kerja sebagai nelayan.

METODE

Penelitian ini membahas Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Usaha Home (Ikan Kering/Ikan Asin) di Desa Darussalam Kecamatan Danau Panggang. Sasaran penelitian ini adalah Penjual dan Konsumen Usaha Home (Ikan Kering/Ikan Asin) di Desa Darussalam Kecamatan Danau Panggang. Teknik pengumpulan data melalui Observasi (pengamatan) Kuesioner Dokumentasi. Teknik Analisis Data yaitu uji validitas, Uji reabilitas, uji Asumsi Klasik.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Secara Silmutan Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil output SPSS menunjukkan variabel harga dan kualitas produk memiliki nilai signifikansi lebih besar dari α atau 0,05 yang menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli konsumen.

Salah satu faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen adalah harga. Harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditimbang beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan layanan yang menyertai menurut Kotler dan Keller harga merupakan hal yang dapat dikendalikan dan menentukan diterima atau tidaknya suatu produk oleh konsumen. Harga semata-mata tergantung pada kebijakan penjual tentu saja dengan mempertimbangkan berbagai hal. Murah atau mahal nya harga yang ditetapkan oleh pesaing, agar harga yang ditentukan oleh penjual

tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Harga jual pada hakekatnya merupakan tawaran kepada para konsumen. Apabila konsumen menerima harga tersebut akan lalu, sebaliknya bila konsumen menolaknya pada saat melakukan pembelian, maka diperlukan peminjaman kembali harga jualnya. Ada kemungkinan bahwa konsumen memiliki ketidaksesuaian setelah melakukan pembelian karena harganya dianggap terlalu mahal atau kerea tidak sesuai dengan keinginan dan gambaran sebelumnya. Dengan demikian diperlukan strategi penetapan harga yang tepat.

Faktor yang juga mempengaruhi minat beli konsumen adalah kualitas produk. Philip B. Crosby mendefinisikan kualitas sebagai “kepatuhan terhadap persyaratan”. Kualitas produk tercapai ketika produk tersebut memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas produk mencakup beberapa aspek yang meliputi : produk yang memiliki kualitas lebih baik atau unggul dibanding pesaing lain, daya tahan, dan memiliki rasa yang pas lidah konsumen.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Ratnawati (2024) dimana hasilnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas produk berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen.

2. Pengaruh Harga dan Kualitas Produk secara persial terhadap minat beli konsumen

a. Pengaruh Harga terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha Home Ikan Kering/Ikan Asin didesa Darussalam Kecamatan Danau Panggang Kabupaten Hulu Sungai Utara. Secara statistik dapat berpengaruh signifikan terhadap kualitas produk karena tingkat signifikan lebih besar dari tingkat kesalahan ($0,016 > 0,05$).

Dengan arah pengaruh tersebut menandakan bahwa semakin tinggi harga, maka dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

Penjual tentunya tidak lepas dari adanya faktor harga produk untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya. Untuk itu, penjual harus senantiasa memperhatikan faktor-faktor tersebut tujuannya untuk mengimbangi perkembangan dunia bisnis yang semakin kompetitif. Konsumen yang merasa puas pada produk atau jasa yang dibeli dan membeli kembali produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan konsumen. Kepuasan adalah sejauh mana tingkatan produk atau jasa dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan adalah hasrat yang tidak bisa diukur dengan nilai, masing-masing orang yang memiliki cita rasa yang berbeda namun jika yang diinginkan terpenuhi maka akan menghasilkan sebuah kepuasan tersendiri. Selain itu menurut Kolter dan Armstrong, harga adalah sejumlah uang yang dibebankan terhadap suatu produk (barang atau jasa), atau jumlah nilai yang harus dibayar konsumen demi mendapatkan manfaat dari produk tersebut.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Gloria J.M Sianipar (2019) yang menyatakan bahwa harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

b. Pengaruh Kualitas produk terhadap minat beli konsumen

Berdasarkan output SPSS, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin didesa darussalam kecamatan danau panggung kabupaten hulu sungai utara. Secara statistik tidak signifikan terhadap minat beli konsumen karena tingkat signifikan lebih rendah dari tingkat kesalahan ($0,002 > 0,05$).

Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada sampel dalam penelitian yang dilakukan. Ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk yang diteliti memiliki pengaruh atau jelas terhadap kepuasan konsumen dalam konteks yang teliti. Kualitas produk dapat mempengaruhi kepuasan konsumen karena produk yang berkualitas cenderung memberikan nilai tambah yang tinggi kepada konsumen, ketika sebuah produk memiliki kualitas yang baik, konsumen cenderung merasa puas karena produk tersebut dapat memenuhi keinginan konsumen.

Produk yang berkualitas juga cenderung lebih bertahan lama dan memiliki rasa yang bagus.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Martono dan Iriani (2014) dimana hasilnya menunjukkan bahwa kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pernyataan hipotesis pertama (H1) diterima. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai t hitung sebesar 2,464 sedangkan nilai tabel 5,917 dapat dikatakan nilai ini berpengaruh, karena ini t hitung lebih besar dari t tabel untuk itu H1 diterima.
2. Pernyataan hipotesis kedua (H2) diterima. Variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai t hitung sebesar 3,209 sedangkan nilai t tabel sebesar 5,917 dapat dikatakan nilai ini berpengaruh, karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel untuk itu H2 diterima.
3. Pernyataan hipotesis ketiga (H3) diterima. Variabel harga dan kualitas produk berpengaruh secara silmutan terhadap minat beli konsumen pada usaha home ikan kering/ikan asin didesa darussalam kecamatan danau panggung kabupaten hulu sungai utara. Pengaruh harga dan kualitas produk memiliki nilai signifikan 0,001 lebih kecil dari 0,05. Dapat dikatakan nilai ini signifikan sehingga H3 diterima.

DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Haetami (2019) 'Pengaruh Home Industry Ikan Asin Terhadap Daya Beli (Studi Pada Produsen Ikan Asin di Desa Panimbangjaya -Pandeglang).', *Diploma atau S1 thesis, UIN SMH BANTEN*.

Anonim (2019) 'Definisi Operasional Variable', *Skripsi Universitas Semarang*, 53(9), pp. 1689–1699. Available at: [http://repository.unpas.ac.id/60703/2/DAFTAR PUSTAKA.pdf](http://repository.unpas.ac.id/60703/2/DAFTAR_PUSTAKA.pdf).

Imtihan, I. and Irwandi, I. (2021) 'Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ikan Asin Di Kota Padang', *Jurnal Sosial Ekonomi Kelautan dan Perikanan*, 16(1), p. 75. Available at: <https://doi.org/10.15578/jsekp.v16i1.8534>.

Soehardi *et al.* (2021) 'MODEL PENINGKATAN KEPUTUSAN KONSUMEN MELALUI KUALITAS PRODUK , Salah satu Tempat Pelelangan Ikan', *Jurnal Ilmiah Manajemen Ubhara*, 3(1), pp. 156–169.