

PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SABUN CAIR LIFEBUOY DI UD. ANIS BERKAT TELUKDALAM

Kornelia Wirnayanti Manao

Dinas Koperasi, Usaha Kecil dan Menengah (UMKM) Kabupaten Nias Selatan, Provinsi Sumatera Utara, Indonesia
(korneliamanao@gmail.com)

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian sabun cair Lifebuoy di UD. Anis Berkas Telukdalam. UD. Anis Berkas Telukdalam terletak di Jalan Kueni Nomor 12 Kelurahan Pasar Telukdalam, letak Ud ini sangat strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Ud. Anis Berkas Telukdalam Sedangkan Sampel pada penelitian ini adalah konsumen sabun cair Lifebuoy di UD. Anis Berkas Telukdalam sebanyak 50 responden yang ditentukan melalui metode *non probability sampling* dengan teknik *sampling incidental*. Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer, dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen penelitian. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Kata Kunci: Kualitas Produk; Keputusan Pembelian

Abstract

This study aims to determine whether product quality affect the purchase decision of Lifebuoy liquid soap at UD. Anis Berkas Telukdalam. UD. Anis Berkas Telukdalam is located on Jalan Kueni number 12, Pasar Telukdalam sub-district, UD's location is very strategic and easy to reach for consumers. The population in this study were all consumers who made purchases at Ud. Anis Berkas Telukdalam and The sample in this study was Lifebuoy liquid soap consumers at UD. Anis Berkas Telukdalam as many as 50 respondents were determined through a non-probability sampling method with incidental sampling techniques. The data used in this study is primary data, using questionnaires as research instruments. The results of this study show that the product quality variable (X) has a positive and significant effect on purchasing decisions (Y).

Keywords: Product Quality; Purchasing Decision

A. Pendahuluan

Perkembangan usaha di lingkungan pasar saat ini begitu pesat, hal tersebut dilihat dari banyaknya jenis-jenis usaha yang mulai berkembang, salah satunya

usaha dagang. Usaha dagang dilingkungan pasar saat ini tidaklah dalam jumlah sedikit sehingga terjadilah persaingan antar pelaku usaha untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumen serta memberikan kepuasan kepada konsumen secara maksimal. Pada

dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan kepuasan pada konsumen. Salah satu tindakan untuk memuaskan dan meningkatkan kepercayaan terhadap konsumen adalah dengan meningkatkan mutu produk.

Kualitas produk merupakan suatu kondisi fisik dan fungsi produk, baik itu produk barang maupun produk layanan jasa. Tujuan kualitas produk adalah untuk meningkatkan nilai konsumen. Peningkatan kualitas produk saat ini sangat hangat untuk diperbincangkan karna kualitas produk yang baik dapat bertahan dalam menghadapi persaingan. Salah satu cara untuk menghadapi persaingan yaitu dengan mempertahankan pelanggan yang ada, untuk mendapatkan pelanggan yang setia terhadap produk yang di pasarkan, perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas yang dimilikinya agar pelanggan tidak beralih ke produk yang lain.

Keputusan pembelian merupakan salah satu proses pengambilan keputusan pembelian suatu produk atau jasa dimana seorang konsumen menentukan dan memutuskan untuk memilih barang dan jasa tersebut. Konsumen akan berusaha membuat keputusan terbaik dan cenderung setia terhadap merek yang sudah dipilihnya. Pada saat konsumen tidak dapat mengevaluasi barang yang akan dibeli, maka konsumen akan cenderung menggunakan harga sebagai dasar menduga kualitas barang yang akan dibeli. Konsumen biasanya berasumsi bahwa harga yang tinggi mewakili kualitas yang

baik dengan kata lain semakin mahal harga produk maka semakin bagus kualitasnya.

Keterkaitan kualitas produk terhadap keputusan pembelian mempunyai arti yang sangat penting, yang secara simultan semakin baik kualitas produk maka akan meningkatkan keputusan pembelian. Sebaliknya apabila kualitas produk yang dihasilkan tidak sesuai yang diharapkan, maka konsumen akan mengalihkan pembeliannya pada produk sejenis lainnya. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli barang atau jasa, ketika konsumen itu sendiri menganggap bahwa barang atau jasa itu diperlukan.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih lokasi penelitian di UD. Anis Berkat Telukdalam. UD. Anis Berkat merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang penjualan kosmetik (bedak, lipstik, *make up*, parfum, *body lotion*), perlengkapannya mandi (sabun, sampo, odol), dan lain sebagainya, yang beralamat di Jalan Kueni Nomor 12 Kelurahan Pasar Telukdalam.

Tabel 1
Data Keputusan Pembelia Konsumen
Sabun Cair Lifebuoy di UD. Anis Berkat
Telukdalam tahun 2023

No	Bulan	Ukuran Kemasan	Jumlah Pembelian (pcs)
1	Januari	• 250 ml	• 12 pcs
		• 300 ml	• 6 pcs
		• 450 ml	• 3 pcs
		• 850 ml	• 3 pcs
2	Februari	• 250 ml	• 6 pcs
		• 300 ml	• 3 pcs
		• 400 ml	• 3 pcs
3	Maret	• 90 ml	• 3 pcs

- | | |
|----------|---------|
| • 100 ml | • 3 pcs |
| • 250 ml | • 6 pcs |
| • 300 ml | • 6 pcs |

Sumber : UD. Anis Berkas Telukdalam (2024)

Berdasarkan data pada Tabel 1 menunjukkan bahwa keputusan pembelian konsumen pada sabun cair Lifebuoy di bulan Januari sampai pada bulan Maret mengalami fluktuasi, dimana pembelian terbanyak terjadi pada bulan Januari dan bulan Maret. Hal ini dikarenakan beberapa konsumen yang tidak menyukai sabun cair Lifebuoy, beberapa berpendapat bahwa sabun cair Lifebuoy penggunaannya cenderung boros dan harga jual yang cukup tinggi sehingga mereka lebih memilih sabun batangan Lifebuoy karena lebih ekonomis. Konsumen lain juga mengatakan tidak suka dengan aroma sabun cair Lifebuoy sehingga lebih memilih sabun cair merek lain.

Hasil observasi awal yang dilakukan peneliti di UD. Anis Berkas Telukdalam, keputusan pembelian konsumen pada sabun cair Lifebuoy dilihat dari penggunaannya sangat sedikit, konsumen lebih cenderung memilih sabun cair merek lain dikarenakan berbagai alasan dan pertimbangan konsumen, mulai dari pertimbangan harga, aroma, kemudian kenyamanan konsumen dalam menggunakannya.

Konsep Kualitas Produk

Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas sesuai dengan harga yang dibayar, karena produk yang berkualitas dapat memenuhi kebutuhan

dan keinginannya. Sehingga hal tersebut menjadi faktor penting bagi perusahaan untuk meningkatkan kualitas produknya, agar memperoleh keuntungan serta memenangkan persaingan. Maka kualitas dalam produk menjadi perhatian bagi para pebisnis.

Menurut Arinawati dan Suryadi (2021:164) "Kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit". Menurut Andriani dkk (2017:156) "Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi persepsi konsumen. Konsumen lebih memilih produk yang kualitasnya baik sehingga peningkatan kualitas dari produk tertentu menjadi hal yang sangat penting".

Menurut Mursidi dkk (2020:31) "Kualitas produk adalah segala sesuatu yang memiliki nilai dipasar sasaran (target market) dimana kemampuannya memberikan manfaat dan kepuasan, termasuk hal ini adalah benda, jasa, organisasi, tempat, orang, dan ide". Menurut Zamora dan Agung (2023:36) "Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri, karakteristik dan spesifikasi yang dimiliki oleh suatu barang atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan konsumen".

Menurut Angin dkk (2023:2) "Kualitas produk adalah keseluruhan barang dan jasa yang berkaitan dengan keinginan konsumen yang secara keunggulan produk sudah layak

diperjualkan sesuai harapan dari pelanggan”.

Berdasarkan beberapa teori menurut para ahli di atas, maka peneliti menyimpulkan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk yang dalam kegunaanya memberikan manfaat dan kepuasan, yang secara keunggulan produk sudah layak diperjual belikan serta memiliki nilai dipasar.

Konsep Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan proses dimana konsumen memilih, mengevaluasi produk barang dan jasa yang sesuai dengan keinginannya, kemudian melakukan keputusan pembelian.

Menurut Lotte dkk (2023:59) “Keputusan pembelian merupakan suatu konsep dalam perilaku pembelian dimana konsumen memutuskan untuk bertindak atau melakukan sesuatu dan dalam hal ini melakukan pembelian ataupun memanfaatkan produk atau jasa tertentu”.

Menurut Sawlani (2021:19) “Keputusan pembelian adalah salah satu tahap dari keseluruhan proses mental dan kegiatan fisik lainnya yang terjadi dalam proses pembelian pada suatu periode dan waktu tertentu serta pemenuhan kebutuhan tertentu dengan kata lain serangkaian tahapan yang diambil oleh seorang konsumen”. Menurut Gunawan (2022:9) “Keputusan pembelian adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam keputusan pembelian terhadap suatu produk barang dan jasa yang diinginkan oleh konsumen”.

Menurut Warsito (2022:3) “Keputusan pembelian merupakan tahap ketika konsumen telah memiliki pilihan dan telah siap melakukan pembelian”. Menurut Dermawan dkk (2023:77) “Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam pengambilan keputusan untuk melakukan pembelian terhadap produk yang ditawarkan oleh penjual”.

Berdasarkan beberapa konsep yang dijabarkan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah hasil startegi pemasar dalam memasarkan produknya, sehingga konsumen memutuskan membeli atau tidak produk barang dan jasa yang di tawarkan, melalui proses pemilihan atau pertimbangan. Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah barang atau jasa ketika konsumen tersebut menganggap produk itu dibutuhkan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Setiap konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk barang atau jasa, ketika konsumen tersebut menganggap bahwa produk yang dibutuhkan memiliki kualitas yang baik sesuai keinginannya.

Menurut Hertita (2022:75) “Kualitas produk merupakan bagian dari *costumer experience*. Kualitas produk yang baik dan original memberikan pengalaman pelayanan yang baik bagi pelanggan, sehingga hal tersebut membuat pelanggan

enggan pindah ke pesaing kita". Menurut Nadja, dkk (2023:24) "Kualitas produk merupakan bentuk penilaian atas produk yang akan dibeli apakah sudah memenuhi yang diharapkan konsumen".

Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian

Dalam pengambilan sebuah keputusan, tentunya dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor. Menurut Noor (2021:78) Keputusan pembelian sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor yakni;

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Faktor Pribadi
4. Faktor Psikologi

Indikator Kualitas Produk

Menurut Martini dkk (2021) dimensi kualitas produk yang bisa dimainkan oleh pemasar yaitu sebagai berikut:

1. Kinerja Kualitas Produk (*Performance*): Kinerja merupakan karakteristik atau fungsi utama suatu produk.
2. Daya Tahan (*Durability*): daya tahan menunjukkan usia produk, yaitu jumlah pemakaian suatu produk sebelum produk itu digantikan atau rusak.
3. Kesesuaian (*Conformance*): kesesuaian kinerja produk dengan standar yang dinyatakan suatu produk.
4. Kualitas Yang Dirasakan (*Perceived Quality*): menyangkut

penilaian konsumen terhadap citra, merek atau iklan.

Indikator Keputusan Pembelian

Menurut Amelisa dkk (2016:4) mengemukakan proses keputusan pembelian konsumen terdiri dari lima tahap yang dilakukan oleh seorang konsumen sebelum sampai pada tahap keputusan pembelian dan selanjutnya pasca pembelian, yaitu:

1. Pengenalan masalah.
2. Pencarian informasi.
3. Evaluasi alternatif.
4. Keputusan pembelian.
5. Perilaku pasca pembelian.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif bersifat kausal (sebab akibat). Jenis data yaitu jenis kuantitatif, sumber data adalah data primer. Data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya, yaitu angket kepada konsumen. Tempat penelitian ini adalah di UD. Anis Berkat Telukdalam, sedangkan waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Juli 2023. Teknik pengumpulan data adalah teknik angket dan Wawancara. Uji instrumen penelitian adalah uji validitas dan reabilitas. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli di UD. Anis Berkat Telukdalam sebanyak 50 orang. Metode analisis data

yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi linier sederhana.

C. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

1. Hasil Penelitian

UD. Anis Berkas Telukdalam adalah salah satu usaha yang bergerak dibidang usaha dagang penjualan kosmetik (bedak, lisptik, parfum, *make up*, *skincare*, perlengkapan mandi, dan lain sebagainya). UD. Anis Berkas didirikan oleh salah satu wirausaha yang bernama Rajin Sihura sejak tahun 2017 pada bulan Maret. Persaingan yang semakin ketat pada masa ini membuat UD. Anis Berkas Telukdalam harus memikirkan strategi yang tepat untuk mempertahankan konsumennya agar usahanya tetap berjalan, salah satunya dengan cara mempertahankan dan meningkatkan kualitas produk-produk jualannya.

Uji Validitas

Instrumen penelitian untuk uji validitas di UD. Sultan sebanyak 20 orang. Validitas pernyataan dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS sehingga dapat dilihat pada Tabel 2.

Tabel 2

Hasil Validitas Variabel Penelitian

No Item	Uji Coba UD. Sultan			Ket
	R hitung Kualitas Produk	R hitung Keputusan Pembelian	R tabel 20 Respond en	
1	0,593	0,565	0,444	Valid
2	0,547	0,687	0,444	Valid
3	0,685	0,687	0,444	Valid
4	0,674	0,673	0,444	Valid
5	0,715	0,758	0,444	Valid
6	0,590	0,635	0,444	Valid
7	0,590	0,459	0,444	Valid
8	0,798	0,808	0,444	Valid

9	0,539	0,444	Valid
10	0,794	0,444	Valid
11	0,553	0,444	Valid
12	0,542	0,444	Valid

Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2024)

Berdasarkan hasil uji validitas penelitian ini di UD. Sultan terlihat bahwa semua butir-butir instrumen penelitian kualitas pelayanan dan volume penjualan dikatakan valid karena nilai $R_{hitung} > R_{tabel}$, sehingga peneliti menguraikan tahap pengujian reliabilitas.

Uji Reliabilitas

Setelah dilakukan pengujian validitas, maka langkah selanjutnya dilakukan uji reliabilitas. Maka untuk mendapatkan hasil reliabilitas penelitian dapat diolah melalui program SPSS versi 22 sehingga dapat dilihat pada tabel Tabel 3.

Tabel 3

Uji Reabilitas Variabel Penelitian

Variabel	Cronbach's Alpha	No. Item
Kualitas Produk	,863	12
Keputusan Pembelian	.799	8

Sumber: Hasil Olahan SPSS statistik 22 (2024)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di UD. Anis Berkas sebanyak 50 responden diketahui nilai Cronbach's alpha kualitas produk sebesar $0,863 > 0,6$, nilai Cronbach's alpha di Keputusan pembelian sebesar $0,799 > 0,6$, sehingga peneliti menyimpulkan bahwa butir angket untuk variabel kualitas produk dan keputusan pembelian dinyatakan Reliabel.

Uji Normalitas Data

Pada pengujian uji normalitas data dilakukan melalui program SPSS Versi 22 sehingga hasil uji normalitas data penelitian dapat dilihat di tabel 4.

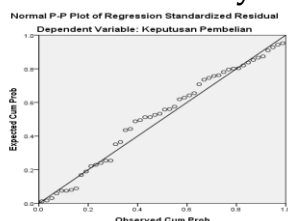
Tabel 4
Hasil Uji Normalitas Data

		Unstandar- ized Residual
N		50
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	4.91237253
	Deviation	
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.073
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2024)

Berdasarkan hasil penelitian bahwa nilai *Kolmogorov-Smirnov* sebesar 0.108 dan Asymp Sig. (2-tailed) sebesar $0.200 > 0,05$. Maka dapat disimpulkan data residul berdistribusi normal.

Gambar 2
Normal Probability Plot



Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2024)

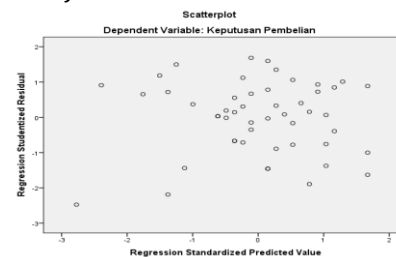
Berdasarkan Gambar 2 dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi klasik, karena data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal dan menunjukkan pola distribusi normal.

Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji normalitas data, maka adapun hasil pengujian heterokedastisitas dapat di lihat pada Gambar 4

Gambar 4

Uji Heteroskedastisitas



Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2024)

Scatter plot bahwa tidak membentuk pola tertentu atau teratur dari titik yang ada. Hal ini dapat peneliti menyimpulkan bahwa model regresi bebas dari uji asumsi aklassik dan telah memenuhi asumsi dasar bahwa variasi residual sama untuk semua pengamatan.

2. Pembahasan

Pengujian Hipotesis

Pada penelitian ini ada beberapa bagian yang akan dilakukan Untuk itu pengujian yaitu Uji t, dan Koefisien Determinasi.

Uji Parsial (Uji t)

Pengujian t ini diolah melalui program SPSS 22, sehingga hasil uji t dapat dilihat Tabel 5.

Tabel 5
Hasil Uji t (Uji Parsial)

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error		
1 (Constant)	21.695	4.278	5.071	.000
Kualitas Produk	.218	.090	2.418	.000

Sumber Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2023)

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Dalam perhitungan nilai determinasi diolah melalui program SPSS sebagai berikut:

Tabel 6

**Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square
1	.330 ^a	.609

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: Hasil Olahan SPSS Statistik 22 (2024)

Berdasarkan perhitungan nilai R^2 atau koefisien determinasi sebesar 0.609 dapat diartikan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian 60,9%, sedangkan 39,1% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disebut variabel penelitian.

Metode Analisis Regresi Sederhana

Dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi sederhana yang merupakan teknik analisis statistik untuk menjelaskan keterkaitan variabel terikat dengan variabel bebas. Berdasarkan hasil nilai model regresi sederhana sehingga dapat dilihat di bawah ini.

$$Y = 21,695 + 0,218 X$$

Inteprestasi hasil persamaan regresi linier sederhana dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Konstanta (y)= 21,695 menunjukkan nilai keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy positif ketika nilai kualitas produk sama dengan nol.
2. Koefisien regresi kualitas produk (X) = 0,218 menunjukkan nilai keputusan pembelian pada produk sabun cair Lifebuoy meningkat ketika kualitas produk naik 1 satuan.

**E. Penutup
Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan, berdasarkan pengaruh kualitas produk

terhadap keputusan pembelian, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di UD. Anis Berkas Telukdalam.
2. Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,609 artinya kualitas produk (X) mampu menjelaskan variabel keputusan pembelian (Y) sebesar 60,9% sedangkan 39,1% dipengaruhi oleh variabel lain, seperti kualitas pelayanan, harga, dan lain-lain.

Saran

Pada kesimpulan tersebut diatas, maka saran yang dapat diberikan peneliti yaitu:

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa kualitas produk sabun cair Lifebuoy berpengaruh terhadap keputusan pembelian, maka hendaknya pimpinan UD. Anis Berkas melakukan survey terhadap konsumen untuk mencari tahu hal apa saja yang perlu ditingkatkan lagi untuk tetap mempertahankan kualitas sabun cair Lifebuoy.
2. Hendaknya pimpinan Ud. Anis Berkas memperhatikan tata letak penyimpanan produk sabun cair Lifebuoy agar kemasan nya tidak mudah rusak.

E. Daftar Pustaka

Anastasye, L. L. N., Purna, I., Zunan, S., Sri, W. D., Rosnaini, D., Syabanita, E. S., Aditya, P., Frans, S., Dedi, H.,

- Muliyati, & Deana, S. A. (2023). *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran* (Fachrurazi (ed.)). Global Eksekutif Teknologi.
- Arum Widiatul Aini, & Adriani Kala'lembang. (2024). PENGARUH KOMUNIKASI DAN PELATIHAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN KARYAWAN KEBUN RAYA PURWODADI PASURUAN. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 9(2), 1-11. <https://doi.org/10.57094/pareto.v9i2.2343>
- Buulolo, R. (2024). Analisis Tata Cara Pemungutan Penyetoran Dan Pelaporan Pajak Penghasilan Pasal 22 Oleh Bendaharawan Pemerintah Studi Kasus Kabupaten Nias Barat. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Nias Selatan*, 7(2), 265-276. <https://doi.org/10.57094/jim.v7i2.1384>
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Model-model pembelajaran di era metaverse. *Nuta Media*
- Evi Susilawati; dkk. (2023). Project based learning dalam pembelajaran digital. *Nuta Media*
- Gaho, Y. (2023). PENGARUH PENGEMBANGAN KARIR DAN MOTIVASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 23-29. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1050>
- Harefa, D, Dkk. (2023). Relationship Student Learning Interest To The Learning Outcomes Of Natural Sciences. *International Journal of Educational Research and Social Sciences (IJERSC)*, 4(2), 240–246. <https://doi.org/https://doi.org/10.51601/ijersc.v4i2.614>
- Harefa, D. (2024). Preservation Of Hombo Batu: Building Awareness Of Local Wisdom Among The Young Generation Of Nias. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 1-10. <https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.2334>
- Harefa, D. (2024). Strengthening Mathematics And Natural Sciences Education Based On The Local Wisdom Of South Nias: Integration Of Traditional Concepts In Modern Education. *HAGA : Jurnal Pengabdian*

- Kepada Masyarakat, 3(2), 63-79. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.10>
<https://doi.org/10.57094/haga.v3i2.234>
7
Harefa, D. (2024). The Influence Of Local Wisdom On Soil Fertility In South Nias. *Jurnal Sapta Agrica*, 3(2), 18-28. <https://doi.org/10.57094/jsa.v3i2.2333>
Harefa, D., & Fatolosa Hulu. (2024). Mathematics Learning Strategies That Support Pancasila Moral Education: Practical Approaches For Teachers. *Afore : Jurnal Pendidikan Matematika*, 3(2), 51-60. <https://doi.org/10.57094/afore.v3i2.229>
9
Harefa, D., (2017). Pengaruh Presepsi Siswa Mengenai Kompetensi Pedagogik Guru Dan Minatbelajar Siswa Terhadap Prestasi Belajar Ilmu Pengetahuan Alam (Survey pada SMK Swasta di Wilayah Jakarta Utara). *Horison Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Lingusitik*, 7(2), 49-73.
Laia, H. (2023). PENGARUH GAYA KEPEMIMPINAN DAN BUDAYA ORGANISASI TERHADAP KINERJA PEGAWAI PADA PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 1-9.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.10>
47
Lisa, A., Sepris, Y., & Hesti, M. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu (Studi Kasus Koperasi Serba Usaha Kabupaten Solok). *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 4.
Ndruru, S. (2023). PENGARUH MANAJEMEN KONFLIK TERHADAP KINERJA PEGAWAI PUSKESMAS. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 37-42. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.10>
52
Rita Sari., Dkk. (2022). Metode penelitian SD/MI. Nuta Media
Rustiani Duha, & Harefa, D. (2024). Kemampuan Pemecahan Masalah Matematika. CV Jejak (Jejak Publisher).
Sarumaha, M, S., Dkk. (2023). Model-model pembelajaran. CV Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/model-pembelajaran-0BM3W.html>
Sarumaha, M,S., Dkk. (2023). Pendidikan karakter di era digital. CV. Jejak. <https://tokobukujejak.com/detail/pend>

- idikan-karakter-di-era-digital-X4HB2.html
- Sarumaha, M., & Harefa, D. (2022). Model Pembelajaran Inquiry Terbimbing Terhadap Hasil Belajar Ipa Terpadu Siswa. *NDRUMI: Jurnal Pendidikan Dan Humaniora*, 5(1), 27–36. <https://jurnal.uniraya.ac.id/index.php/NDRUMI>
- Sarumaha, M., Dkk. (2023). Sosialisasi Tumbuhan Ciplukan (*Physalis Angulata* L.) Sebagai Obat Tradisional. *HAGA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(2), 22-35. <https://doi.org/10.57094/haga.v2i2.1994>
- Sarumaha, M., Dkk. (2024). *Pendidikan Berbasis Kearifan Lokal Nias Selatan: Membangun Identitas Budaya Pada Generasi Muda*. 12(3), 663. <https://doi.org/10.37081/ed.v12i3.6585>
- Simanulang, N.R., Dkk. (2022). Kumpulan aplikasi materi pembelajaran terbaik sekolah menengah atas. CV. Mitra Cendekia Media
- Sri Firmiaty., Dkk. (2023). Pengembangan peternakan di Indonesia. *Nuta Media*
- Telaumbanua, K., & Harefa, D. (2024). Efektivitas Layanan Penguasaan Konten Dalam Meningkatkan Kreativitas Belajar. *FAGURU: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Keguruan*, 3(2), 16-29. <https://doi.org/10.57094/faguru.v3i2.1919>
- Toni Hidayat, Amaano Fau, & Darmawan Harefa. (2023). Pengaruh Model Pembelajaran Index Card Match Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Ipa Terpadu. *TUNAS : Jurnal Pendidikan Biologi*, 4(1), 61 - 72. <https://doi.org/10.57094/tunas.v4i1.885>
- Warae, Y. (2023). PENGARUH STRES KERJA DAN BEBAN KERJA TERHADAP KINERJA PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 30-36. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1051>
- Waruwu, Y., & Tafonao, A. (2023). PENGARUH PELATIHAN TERHADAP KINERJA PEGAWAI DI KOMISI PEMILIHAN UMUM NIAS BARAT. *PARETO : Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 17-22. <https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.1049>

Wau, F. T., & Mario Andrias Kiton. (2023).

PENGARUH KEMAMPUAN,
MOTIVASI KERJA DAN DISIPLIN
KERJA TERHADAP KINERJA
PEGAWAI. *PARETO : Jurnal Riset
Bisnis Dan Manajemen*, 8(2), 10-16.
<https://doi.org/10.57094/pareto.v8i2.10>

48