BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

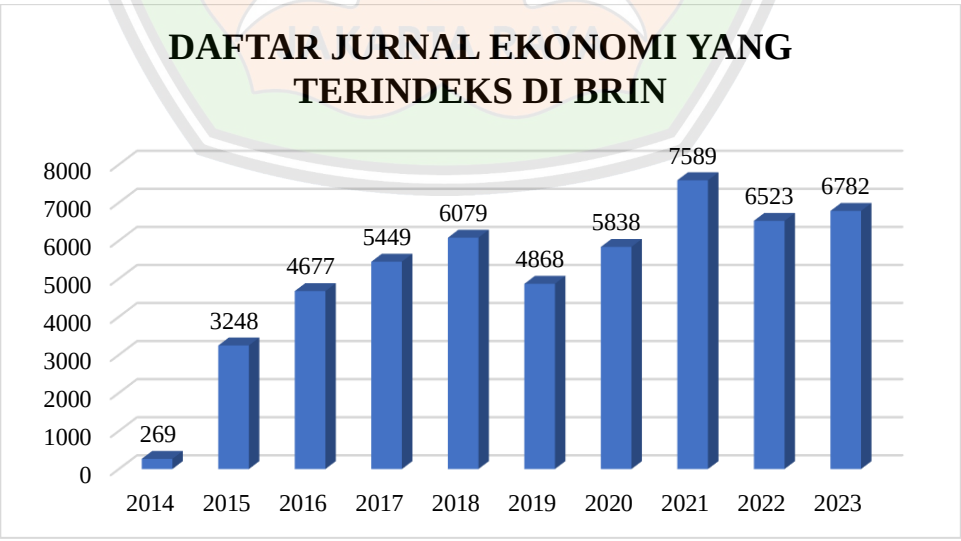
Pendidikan tinggi saat ini menciptakan tuntutan untuk meningkatkan publikasi penelitian yang dilakukan oleh mahasiswa. Dalam konteks ini, terdapat peluang besar untuk menjadi penyedia badan jurnal sebagai media publikasi, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan akademis tetapi juga menjadi peluang baru dalam ranah pasar dan bisnis. Keberhasilan mahasiswa dalam menghasilkan penelitian berkualitas tinggi perlu diimbangi dengan adanya platform yang efektif untuk mempublikasikan temuan mereka. Dengan menjadi penyedia badan jurnal, institusi pendidikan tinggi dapat memfasilitasi proses publikasi penelitian mahasiswa, menciptakan peluang bagi perkembangan akademis, serta memanfaatkan potensi bisnis yang muncul dari kebutuhan akan publikasi ilmiah yang berkualitas. Dengan demikian, inisiatif ini dapat menjadi langkah strategis untuk memenuhi tuntutan pendidikan tinggi saat ini yang semakin menekankan pada kontribusi penelitian mahasiswa dan peluang bisnis di bidang publikasi ilmiah.

Penerbit badan jurnal tidak hanya terbatas pada institusi pendidikan tinggi semata, melainkan juga melibatkan berbagai badan jurnal yang beroperasi sebagai penerbit di sektor perusahaan swasta. Dalam konteks ini, keberadaan perusahaan swasta sebagai penerbit jurnal memberikan variasi dan dinamika tersendiri dalam penerbitan ilmiah. Dengan keterlibatan sektor swasta, tercipta keberagaman dalam pendekatan, fokus, dan sumber daya yang dapat mendukung perkembangan dan

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

diversifikasi publikasi ilmiah. Hal ini membuka peluang bagi penerbitan ilmiah untuk mencapai khalayak yang lebih luas serta menjembatani kolaborasi antara dunia akademis dan industri dalam mendukung pertumbuhan pengetahuan dan inovasi.

Untuk diakui, sebuah badan jurnal harus memenuhi persyaratan awal dengan memperoleh nomor ISSN, yang merupakan langkah pertama dalam proses pendaftaran di Badan Riset dan Teknologi Nasional. Nomor ISSN ini menunjukkan identifikasi unik untuk jurnal tersebut, memastikan bahwa publikasi ilmiah tersebut secara resmi terdaftar dan dapat diakses secara lebih luas. Dengan memiliki nomor ISSN, badan jurnal dapat menunjukkan kredibilitasnya sebagai entitas resmi dalam ranah riset dan teknologi, memfasilitasi proses pengindeksan, dan memperluas dampak penelitiannya. Dalam dekade terakhir, terlihat peningkatan yang signifikan dalam pendaftaran ISSN, menunjukkan tren positif dalam pertumbuhan badan jurnal dan publikasi ilmiah terlihat pada gambar dibawah ini :



Sumber : Badan Riset dan Inovasi Nasional 2024

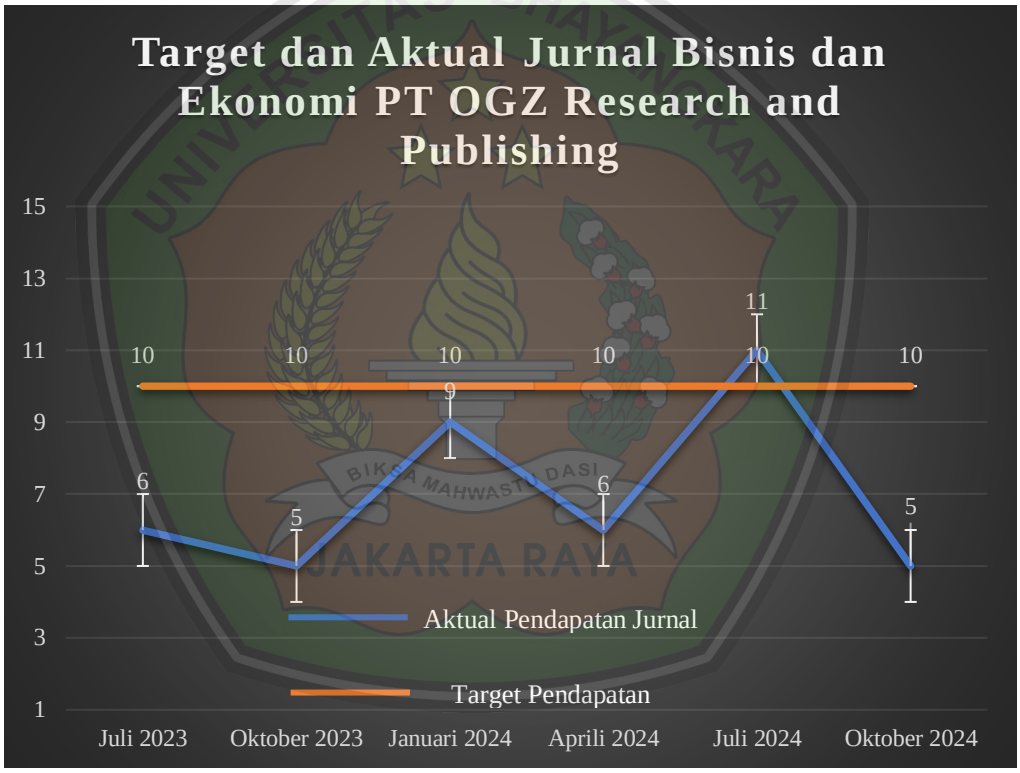
Gambar 1.1 Jumlah Jurnal Ekonomi Terindex BRIN

Gambar diatas memperlihatkan total pendaftaran ISSN dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir. Pada tahun 2014, tercatat 269 pendaftaran ISSN, dan angka ini mengalami peningkatan yang signifikan seiring berjalannya waktu. Pada tahun 2015, jumlah pendaftaran melonjak drastis mencapai 3,248, dan terus meningkat hingga mencapai puncaknya pada tahun 2021 dengan 7,589 pendaftaran ISSN. Meskipun terdapat fluktuasi dalam beberapa tahun, namun secara keseluruhan, tren pertumbuhan jumlah pendaftaran ISSN tetap positif selama dekade tersebut. Pada tahun 2023, walaupun mengalami sedikit penurunan dari tahun sebelumnya, jumlah pendaftaran tetap tinggi dengan 6,782 ISSN yang terdaftar. Data ini mencerminkan intensitas dan perkembangan terus-menerus dalam aktivitas pendaftaran ISSN, yang berperan dalam mendokumentasikan dan mengakui berbagai badan jurnal dan publikasi ilmiah.

Dalam era pendidikan tinggi yang semakin kompetitif, penulisan jurnal ilmiah menjadi tuntutan penting bagi mahasiswa, di mana beberapa kampus di Indonesia telah mewajibkan mereka untuk menghasilkan karya tulis ilmiah sebagai upaya meningkatkan kualitas penelitian dan keterampilan akademik, yang tidak hanya bertujuan memperkuat kemampuan analisis dan penalaran kritis mahasiswa, tetapi juga mendorong mereka terlibat aktif dalam pengembangan ilmu pengetahuan; dengan penulisan jurnal, mahasiswa diharapkan dapat mengasah kemampuan berkomunikasi secara ilmiah dan berkontribusi terhadap kemajuan penelitian di bidang masing-masing, sehingga melalui pra survei ini kami bertujuan untuk mengeksplorasi implementasi kewajiban tersebut di berbagai kampus dan memahami dampak serta tantangan yang dihadapi mahasiswa dalam proses itu,

dengan harapan hasil survei ini dapat memberikan gambaran jelas mengenai kondisi dan kebutuhan mahasiswa terkait penulisan jurnal serta rekomendasi bagi institusi pendidikan untuk mendukung pengembangan kemampuan penelitian mahasiswa.

Hal ini terlihat dari target yang dibuat oleh PT OGZ Research and Publishing tidak sebanding dengan pencapaian setiap issue yang didapat pada hasil aktualnya ini terlihat dari hasil dibawah ini.



Sumber : PT OGZ Research and Publishing 2024

Gambar 1.2 Target dan Actual

Grafik yang ditunjukkan menggambarkan garis kuning sebagai target yang telah ditetapkan untuk setiap periode, sementara garis biru mencerminkan hasil aktual yang dicapai. Pada Juli 2023, target ditetapkan sebesar 10 jurnal, namun hanya 6 jurnal yang berhasil dicapai, sehingga hasilnya tidak terpenuhi. Situasi

serupa terjadi pada Oktober 2023, di mana target tetap 10 jurnal, tetapi hanya 5 jurnal yang tercapai. Pada Januari 2024, target kembali 10 jurnal dan hasilnya masih tidak tercapai dengan 6 jurnal. Di bulan April 2024, meskipun target masih 10 jurnal, hasil aktual hanya mencapai 9 jurnal, sehingga tetap tidak terpenuhi. Namun, pada Juli 2024, terjadi peningkatan, di mana target yang sama tercapai dengan 11 jurnal. Sayangnya, pada Oktober 2024, target kembali 10 jurnal tetapi hasil aktual hanya mencapai 5 jurnal. Dari rangkaian ini, terlihat bahwa meskipun ada peningkatan di Juli 2024, banyak bulan sebelumnya yang tidak memenuhi target, yang mengindikasikan perlunya evaluasi dan perbaikan dalam pencapaian target jurnal di periode mendatang.

Tabel 1.1 Pra Survei

No	Pertanyaan: Faktor-faktor yang mempengaruhi marketing pada jurnal	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL	
1	Harga Kompetitif	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	Z
2	Keputusan Pembelian	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	45	Y
3	Keunggulan Bersaing	2	4	2	3	4	2	2	2	2	3	26	
4	Kualitas Layanan	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	44	X2
5	Kualitas Website	4	4	4	3	3	3	2	2	4	4	33	
6	Kualitas Produk	4	3	3	3	3	5	3	5	4	4	37	X3
7	Orientasi Pasar	1	2	4	2	4	5	5	1	1	2	27	
8	Kepuasan Pembelian	2	1	2	1	2	5	3	3	1	4	24	
9	Citra Merek	4	2	2	2	2	2	5	1	4	2	26	
10	Promosi	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	45	X1

Keterangan : 1. Sangat Tidak Setuju, 2. Tidak Setuju, 3. Netral, 4. Setuju, 5. Sangat Setuju.

Hasil pra survei dalam penelitian ini menganalisis enam variabel yang mempengaruhi marketing pada badan jurnal, di mana variabel "Harga Kompetitif" memiliki skor tertinggi yaitu 48, yang menunjukkan bahwa harga yang kompetitif

merupakan faktor paling signifikan dalam mempengaruhi keputusan pembelian jurnal, mengindikasikan bahwa responden sangat memperhatikan aspek harga saat mempertimbangkan pembelian, sementara variabel "Keputusan Pembelian" memperoleh skor tinggi 45, menunjukkan bahwa keputusan pembelian dipengaruhi oleh berbagai faktor lainnya, termasuk kualitas dan harga, dan variabel "Promosi" dengan skor 45 menandakan pentingnya pemahaman terhadap kebutuhan dan preferensi pasar dalam marketing jurnal, diikuti oleh "Kualitas Layanan" dengan skor 44 yang menunjukkan bahwa responden cukup menghargai pelayanan yang diberikan, serta "Kualitas Produk" dengan skor 37, menandakan bahwa aspek teknis dan produk juga menjadi perhatian meskipun tidak sekuat harga dan keputusan pembelian, sementara variabel dengan skor terendah adalah “Kualitas Website” (33), "Promosi" (27) dan "Kepuasan Pembelian" (26), yang menunjukkan bahwa strategi promosi saat ini mungkin perlu ditingkatkan untuk lebih menarik minat konsumen dan meningkatkan kepuasan mereka.

Promosi yang efektif pada badan jurnal memiliki peran yang sangat penting dalam menghadapi perubahan dinamika lingkungan yang terus berkembang. Dalam situasi ini, penerbit jurnal diharapkan tidak hanya menjadi entitas yang pasif, melainkan aktif mengadopsi strategi promosi sebagai pendekatan utama. Melalui promosi yang tepat, penerbit jurnal dapat secara aktif memperkenalkan keunggulan produknya, menarik perhatian pasar, dan membangun kesadaran yang lebih luas tentang publikasi mereka. Strategi promosi ini juga memungkinkan penerbit jurnal untuk lebih responsif terhadap kebutuhan pelanggan, menjangkau segmen pasar yang lebih luas, serta menyesuaikan diri

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

dengan tren dan tuntutan yang terus berkembang. Dengan demikian, promosi tidak hanya berfungsi sebagai sarana pemasaran, tetapi juga menjadi elemen strategis yang memberikan nilai tambah signifikan dalam dunia penerbitan ilmiah.

Promosi memiliki peran penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Ketika satu produk menawarkan lebih banyak promosi kepada konsumennya, tingkat daya tarik terhadap produk pun meningkat, sehingga mendorong konsumen untuk membuat keputusan pembelian. Dengan kata lain, semakin gencar dan menarik promosi yang dilakukan, semakin besar kemungkinan konsumen tertarik untuk membeli produk yang ditawarkan. Hal ini menunjukkan bahwa promosi adalah salah satu faktor kunci yang dapat menentukan keberhasilan dalam menarik minat dan mendorong tindakan pembelian (Ismiatun et al., 2022).

Selain itu juga kualitas layanan, yang mencakup responsivitas, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan, bukan hanya sekadar elemen pendukung, melainkan menjadi elemen kunci yang sangat penting dalam membentuk persepsi positif terhadap penerbit jurnal. Responsivitas penerbit terhadap kebutuhan pelanggan, kemudahan akses terhadap informasi, dan kepuasan pelanggan secara keseluruhan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan pembelian pelanggan. Di samping itu, peran harga kompetitif juga menjadi faktor penentu yang krusial dalam proses pengambilan keputusan pembelian di industri penerbitan jurnal. Kualitas pelayanan didasarkan pada tiga aspek, yakni sistem, teknologi, dan faktor manusia. Mencapai kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan hal yang sulit untuk dicontoh karena pembentukan sikap dan perilaku yang sesuai dengan harapan perusahaan bukanlah tugas yang mudah (Chaerudin &

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

Syafarudin, 2021). Hal ini menjadi semakin penting mengingat pelanggan memiliki opsi jurnal lain yang dapat mereka pertimbangkan.

Kualitas layanan yang diberikan oleh badan jurnal memiliki keterkaitan erat dengan kualitas produk yang dihasilkan, contohnya melalui proses pengindexan yang telah menjadi standar di beberapa tempat. Pengindexan yang dilakukan secara terstandarisasi dapat meningkatkan nilai dan reputasi jurnal, menciptakan kepercayaan pelanggan, dan memberikan kontribusi positif terhadap citra keseluruhan badan jurnal tersebut. Kualitas produk berperan juga dalam membentuk pengalaman yang memuaskan bagi pengguna dan kontributor jurnal. Sifat akurat dan andal dari informasi yang terindeks merupakan bagian dari kualitas produk yang bekerja sama untuk menciptakan lingkungan yang mendukung dan mendorong partisipasi pengguna.

Namun apabila penerbitan dalam jurnal yang tidak memiliki reputasi dapat merugikan kredibilitas hasil penelitian, menghambat perkembangan karier, dan bahkan berpotensi menyebabkan minimnya apresiasi serta penerimaan. Ketika memilih jurnal untuk mengunggah hasil karya, sebaiknya penulis mengambil langkah bijak dengan berkonsultasi dengan pustakawan yang terafiliasi dengan institusi penulis atau perpustakaan lokal. Pustakawan memiliki kualifikasi yang tepat untuk memberikan arahan yang berharga dalam membimbing penulis memilih jurnal yang memiliki kualitas tinggi dan layak dipertimbangkan untuk publikasi. Meskipun membutuhkan upaya lebih, melakukan evaluasi menyeluruh terhadap integritas, sejarah, praktik, dan reputasi jurnal sebelum mengirimkan naskah dapat

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

menjadi langkah yang krusial untuk memastikan bahwa karya penulis diterima oleh pembaca yang berkompeten (Suiter & Sarli, 2019).

Pentingnya harga kompetitif terhadap keputusan pembelian sangat berkaitan dengan persepsi nilai yang diberikan kepada konsumen. Harga yang bersaing menjadi faktor utama yang memengaruhi preferensi pembeli karena berperan dalam menentukan keuntungan relatif dari suatu produk atau layanan. Daya tarik ekonomis, persaingan di pasar, pengaruh pada persepsi kualitas, dan keputusan pembelian rasional adalah alasan-alasan mengapa harga kompetitif penting dalam memengaruhi keputusan pembelian. Menurut sabran dalam (Prihartono, 2021) Beberapa aspek yang termasuk dalam indikator harga melibatkan keterjangkauan harga, kecocokan harga dengan kualitas produk, tingkat daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat yang diberikan.

Hasil penelitian (Ismiatun et al., 2022) menunjukkan bahwa harga, promosi, dan kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga yang lebih terjangkau meningkatkan kecenderungan konsumen untuk membeli, promosi yang lebih banyak menciptakan daya tarik lebih besar, dan kualitas produk yang lebih baik mendorong keputusan pembelian yang lebih tinggi. perbedaan penelitian ini tidak menjadikan harga sebagai variabel intervening, melainkan menganalisis pengaruhnya secara langsung terhadap keputusan pembelian. Selain itu, objek penelitian yang berbeda memberikan kontribusi baru dalam mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*), khususnya terkait pengaruh langsung faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

Selain itu penelitian (Meidiansyah et al., 2020) menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, promosi, dan kualitas layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, di mana penelitian ini berbeda dari sebelumnya karena tidak menjadikan harga sebagai variabel intervening, melainkan menganalisis pengaruhnya secara langsung, serta menggunakan objek penelitian yang berbeda untuk mengisi kesenjangan penelitian (*research gap*).

Dalam konteks intervening antara variabel-variabel seperti promosi, kualitas layanan, kualitas produk, dan kualitas website terhadap keputusan pembelian, harga kompetitif berperan sebagai intervening yang kuat. Harga yang bersaing dapat memperkuat atau mengurangi dampak variabel-variabel tersebut terhadap keputusan pembelian. Jika harga yang ditawarkan sesuai dengan promosi yang efektif, kualitas layanan yang baik, kualitas produk yang tinggi, dan pengalaman positif melalui kualitas website, hal ini dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendukung keputusan pembelian yang lebih baik. Sebaliknya, harga yang tidak kompetitif dapat menghambat efek positif variabel-variabel tersebut, bahkan jika variabel tersebut secara mandiri memiliki dampak positif. Oleh karena itu, harga kompetitif berperan sebagai intervening yang memperkuat atau mengurangi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian.

Dengan didirikannya PT OGZ Research and Publishing pada tanggal 8 Agustus 2023, perusahaan ini bukan hanya menjadi pelaku utama dalam dunia penerbitan ilmiah, melainkan juga menciptakan peluang bagi peneliti, akademisi, dan praktisi untuk berbagi temuan dan kontribusi mereka. Keberhasilan PT OGZ Research and Publishing tidak sekadar tergantung pada komitmen terhadap

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

pengelolaan dan publikasi jurnal berkualitas tinggi, tetapi juga pada pemahaman mendalam terhadap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. promosi, kualitas layanan, kualitas website, dan harga kompetitif menjadi variabel-variabel krusial yang harus dipertimbangkan agar PT OGZ Research and Publishing dapat optimal dalam memberikan kontribusi terhadap perkembangan pengetahuan dan penelitian. Dengan mengoptimalkan faktor-faktor tersebut, diharapkan PT OGZ Research and Publishing mampu menciptakan platform yang efektif dan memenuhi kebutuhan para pemangku kepentingan di industri penerbitan ilmiah.

Dalam persaingan yang ketat di industri penerbitan jurnal, pemahaman terhadap faktor-faktor kunci seperti promosi, kualitas layanan, kualitas produk dan serta harga kompetitif menjadi sangat vital dalam membentuk keputusan pembelian pelanggan. promosi, yang mencakup kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan dan merancang strategi yang sesuai, kualitas layanan sebagai penentu kepuasan pelanggan, harga kompetitif sebagai faktor penentu daya tarik produk, dan kualitas produk, merupakan elemen-elemen penting bagi penerbit jurnal. Transformasi signifikan dalam industri penerbitan jurnal, ditandai dengan perkembangan teknologi dan perubahan perilaku konsumen, membuat keberhasilan suatu penerbit jurnal sangat tergantung pada sejumlah faktor tersebut dalam menghadapi dinamika pasar. Maka dari permasalahan diatas penulis menarik judul penelitian “Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Harga Kompetitif Terhadap Promosi, Kualitas Layanan, Kualitas Produk Pada PT OGZ Research and Publishing”.

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

1.2 Identifikasi Masalah

Berikut adalah beberapa identifikasi masalah yang dihasilkan dari rangkuman uraian yang telah disajikan pada latar belakang :

1. Terdapat tuntutan yang meningkat terhadap institusi pendidikan tinggi untuk meningkatkan publikasi penelitian mahasiswa.
2. Penerbit jurnal perlu mengadopsi promosi sebagai strategi aktif untuk mengidentifikasi peluang dan meningkatkan daya saing di pasar yang dinamis.
3. Responsivitas, kemudahan akses, dan kepuasan pelanggan menjadi komponen utama dalam kualitas layanan penerbit jurnal.
4. Kualitas produk jurnal, termasuk keakuratan dan keandalan informasi yang diindeks, menjadi aspek penting dalam membentuk citra positif.
5. Tata letak yang optimal, navigasi yang sederhana, dan fitur-fitur pendukung lainnya merupakan komponen-komponen yang menentukan kualitas website penerbit jurnal.
6. Harga kompetitif menjadi faktor utama yang memengaruhi preferensi pembeli dan memiliki peran intervening dalam hubungan dengan variabel lain.

1.3 Rumusan Masalah

Dalam penyusunan Tesis ini, peneliti menyajikan beberapa rumusan masalah PT OGZ Research and Publishing yang difokuskan pada isu-isu berikut ini:

1. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Harga Kompetitif.?
2. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Harga Kompetitif.?
3. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Harga Kompetitif.?

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

4. Apakah Promosi berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.?
5. Apakah Kualitas Layanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.?
6. Apakah Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.?
7. Apakah Harga Kompetitif berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.?
8. Apakah Harga Kompetitif meintervening antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.?
9. Apakah Harga Kompetitif meintervening antara Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.?
10. Apakah Harga Kompetitif meintervening antara Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, tujuan dari dilakukannya penelitian ini pada PT OGZ Research and Publishing dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi pengaruh Promosi terhadap Harga Kompetitif.
2. Mengidentifikasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Harga Kompetitif.
3. Mengidentifikasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Harga Kompetitif.
4. Mengidentifikasi pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
5. Mengidentifikasi pengaruh Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian.
6. Mengidentifikasi pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian.
7. Mengidentifikasi pengaruh Harga Kompetitif terhadap Keputusan Pembelian.
8. Menguji peran intervening Harga Kompetitif antara Promosi dan Keputusan Pembelian.

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

9. Menguji peran intervening Harga Kompetitif antara Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian.
10. Menguji peran intervening Harga Kompetitif antara Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian.

1.5 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terdiri dari dua aspek, sebagaimana diuraikan berikut :

1. Manfaat Teoritis
    a) Pengembangan Teori : Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan teori terkait hubungan antara promosi, kualitas layanan, kualitas produk, kualitas website, harga kompetitif, dan keputusan pembelian. Temuan penelitian dapat mengisi celah pengetahuan di bidang ini.
    b) Validasi Teori yang Ada : Hasil penelitian dapat digunakan untuk menguji validitas teori yang sudah ada terkait promosi, kualitas layanan, kualitas produk, kualitas website, harga kompetitif, dan keputusan pembelian, sehingga dapat memberikan konfirmasi atau bahkan modifikasi terhadap teori-teori yang sudah ada.
2. Manfaat Praktis
    a) Peningkatan Strategi Pemasaran : Hasil penelitian dapat memberikan wawasan kepada penerbit jurnal untuk meningkatkan strategi pemasaran mereka, terutama dalam hal promosi, peningkatan kualitas layanan, produk serta penentuan harga yang kompetitif.

b) Optimalisasi Keputusan Pembelian : Bagi penerbit jurnal dan pelaku bisnis terkait, penelitian ini dapat membantu mereka dalam mengoptimalkan faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian pelanggan, termasuk strategi harga yang efektif.

c) Peningkatan Pengalaman Pengguna : Fokus pada kualitas layanan dapat memberikan masukan praktis kepada penerbit jurnal untuk meningkatkan pengalaman pengguna.

d) Kualitas Produk yang Lebih Baik : Pemahaman mendalam terhadap kualitas produk, terutama melalui proses pengindexan, dapat membantu penerbit jurnal untuk meningkatkan kredibilitas, reputasi, dan kepercayaan pengguna.

e) Strategi Harga yang Efektif : Temuan penelitian ini dapat memberikan panduan praktis dalam merancang strategi harga yang efektif, mempertimbangkan peran intervening harga kompetitif dalam hubungan dengan promosi, kualitas layanan, kualitas produk.

1.6 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi dikarenakan keterbatasan waktu, biaya, tempat guna untuk mencapai ssasaran yang telah diharapkan, maka penelitian ini hanya terfokus pada variabel Promosi, Kualitas Layanan, Kualitas Produk, Harga Kompetitif dan Keputusan Pembelian. Serta Penelitian ini akan mempertimbangkan penerbit jurnal dari sektor swasta, menganalisis peran PT OGZ Research and Publishing sebagai penerbit jurnal dan dampaknya terhadap keputusan pembelian.

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun kerangka penelitian, penulis merancang suatu struktur penulisan yang terorganisir dengan baik untuk memberikan gambaran yang jelas tentang riset. Sistematika penulisan penelitian ini mencakup beberapa elemen kunci yang akan dibahas dalam setiap bab. Berikut adalah struktur penulisan penelitian yang dirinci :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I, penelitian ini dimulai dengan menjelaskan latar belakang, melakukan identifikasi masalah, merumuskan masalah, menetapkan tujuan penelitian, menguraikan manfaat penelitian, membatasi masalah yang akan dibahas, dan merinci sistematika penulisan penelitian.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II mengungkapkan tinjauan pustaka sebagai landasan literatur dalam penyusunan proposal penelitian. Penulis membahas buku-buku yang relevan dan terkait dengan masalah penelitian, memberikan acuan literatur yang menjadi dasar dalam perumusan konsep dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab III memuat informasi mengenai tempat dan waktu penelitian, metode pengambilan sampel, teknik pengambilan sampel, operasional variabel, metode penelitian yang akan digunakan, serta metode analisis data yang telah dipilih untuk mengolah hasil penelitian.

Determinasi Keputusan.., Afif Maulana Ibrahim, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, 2025

BAB IV : ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Pada Bab IV, hasil dari analisis data disajikan dengan rinci, mencakup deskripsi dari metode analisis data yang diterapkan. Bab ini membahas temuan-temuan hasil penelitian dan memberikan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

Bab V berfungsi sebagai penutup penelitian, menyajikan kesimpulan dari hasil analisis data, implikasi manajerial yang dapat diambil, dan memberikan saran-saran untuk pengembangan penelitian selanjutnya.