



# **PENGARUH PROMOSI, HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK PRIMA FRESHMART (STUDI PADA OUTLET PRIMA FRESHMART PONDOK AREN, TANGERANG SELATAN)**

**Faris Wisnu Andanu, Hakam Ali Niazi\***

Universitas Budi Luhur, Jakarta, Indonesia

\*Email: [hakam.aliniazi@budiluhur.ac.id](mailto:hakam.aliniazi@budiluhur.ac.id)

## **Abstract**

*This study aims to investigate the influence of product quality, price and promotion on purchasing decisions at Prima Freshmart Pondok Aren Branch, South Tangerang, with a focus on consumers from Prima Freshmart Pondok Aren Branch, South Tangerang. This research method uses a survey by collecting data from 110 respondents who are Prime Consumers of Freshmart Pondok Aren Branch, South Tangerang. Multiple Linear Regression Analysis is used to determine the direction and how much influence the Product Quality, Price and Product Quality variables have on purchasing decisions. The research results show that product quality, price and promotion have a significant influence on purchasing decisions at Prima Freshmart Pondok Aren Branch, South Tangerang. From these findings, it is important for Prima Freshmart, especially Prima Freshmart, to improve the effectiveness of promotions, pricing strategies and product quality in order to maintain and increase their preference in shopping at Prima Freshmart, Pondok Aren branch. This study provides a valuable contribution in understanding consumer behavior at Prima Freshmart, Pondok Aren, South Tangerang branch and can be a guide for developing a more effective marketing strategy at Prima Freshmart, Pondok Aren, South Tangerang branch.*

**Keywords:** Product Quality, Price, Promotion, Purchasing Decisions.

## **1. Pendahuluan**

Bisnis adalah menciptakan pelanggan yang merasa puas. Setiap bisnis atau pelaku usaha yang tidak mencermati akan keinginan dan kepuasan pelanggan nya akan kalah dalam persaingan bisnis yang ada. Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, terutama persaingan yang berasal dari perusahaan sejenis, membuat perusahaan semakin dituntut agar bergerak lebih cepat dalam hal menarik konsumen. Sehingga perusahaan menerapkan konsep pemasaran perlu mencermati perilaku konsumen dalam faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeliannya dalam usaha-usaha pemasaran sebuah produk yang dilakukan (Rahmat & Alawiyah, 2020; Putri et al., 2020; Ardinata et al., 2022; Rahmat et al., 2021; Marufah et al., 2020; Bastian et al., 2021; Alawiyah et al., 2020; Rahmat, 2019; Syarifah et al., 2020).

Pemasaran produk prima freshmart dilakukan melalui berbagai sosial media dan juga berbagai media cetak. Hasilnya semakin lama jumlah mitra yang bergabung semakin banyak dan juga permintaan bahan baku semakin bertambah. Hal ini membuktikan bahwa produk prima freshmart semakin dikenal masyarakat dan semakin disukai banyak

pelanggan. Prima freshmart juga menyediakan berbagai ragam produk. Kombinasi Promosi, harga dan Kualitas Produk dari suatu produk yang ditawarkan sehingga dapat memuaskan startegi pemasaran yang bersinergi menciptakan kepuasan pelanggan untuk memiliki keputusan pembelian agar melakukan pembelian secara terus menerus, fungsi Promosi ialah mengundang Konsumen sebagaimana untuk berkunjung dan membeli suatu produk Prima Freshmart, dengan adanya promosi maka perusahaan akan mendatangkan sebuah konsumen, Harga Prima Freshmart sangatlah Terjangkau dan Prima Freshmart juga bersaing dengan Outlet-Outlet lainnya seperti Kios Unggas Dan Frozen Food, Kualitas Produk ialah standarisasi dari kualitas tersebut, Kualitas produk bisa dilihat dari segi kemasaannya maupun dari segi kualitas barangnya, biasanya untuk kualitas produk yang dilihat dari segi kemasan ialah dimana semakin bagus dari design kemasannya semakin banyak juga konsumen melihat dan tertarik sehingga dengan mudah mendapatkan konsumen yang tertarik dengan kualitas produk, dan untuk konsumen yang melihat kualitas produk dari segi produknya ,semakin bagus kualitas produk yang ditawarkan maka semakin banyak konsumen yang merasa puas akan produknya (Muara et al., 2021; Rahmat et al., 2021; Pratikno et al., 2020; Priambodo et al., 2020; Rahmanisa et al., 2021; Rahmat & Budiarto, 2021; Zakiyah et al., 2022; Hakim et al., 2020; Rahmat et al., 2021; Utama et al., 2020; Adri et al., 2020; Yuliarta & Rahmat, 2021; Rahmat & Kurniadi, 2020; Rahmat et al., 2020; Rahmat et al., 2020).

PRIMA Freshmart salah satu bentuk usaha yang bergerak dibidang makanan *frozen*, segar dan siap untuk dikonsumsi yang berasal dari produk ayam. PRIMA Freshmart merupakan salah satu unit bisnis dari Perusahaan Charoen Pokph and Food (CP Food) yang mendistribusikan dan menjual produk ayam dengan berbagai varian serta mampu memberikan jaminan bahwa produk mereka berasal dari bibit unggul, ditenak secara sehat, bebas dari penyakit, dan aman untuk dikonsumsi. PRIMA Freshmart juga merupakan usaha yang berkontribusi untuk memenuhi kebutuhan pangan protein hewani. PRIMA Freshmart menyediakan beragam produk dalam berbagai bentuk varian seperti daging ayam, telur, produk makanan instan, dan lain-lain.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian seperti Promosi, Harga dan Kualitas Produk. Penelitian ini dilakukan di Prima Freshmart Cabang Pondok Aren dan dilatar belakangi oleh permasalahan yang terjadi di Prima Freshmart Pondok Aren seperti Promosi di produk, tidak semua konsumen tahu tentang Promosi tersebut ada atau tidak, untuk Harganya yang lebih mahal dibandingkan dengan produk sejenis lainnya dan untuk Kualitas Produk beberapa konsumen mengeluh tentang produk memiliki tekstur nugget sedikit kasar dan berukuran kecil.

## 2. Kajian Teori

### Promosi

Promosi merupakan upaya yang dapat dilakukan untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus senantiasa membanjiri konsumen dengan berbagai informasi mengenai produk. Menurut (Marlius & Jovanka, 2023) Promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Dari berbagai kegiatan pemasaran yang

ada, bauran promosi paling umum digunakan oleh perusahaan untuk memperkenalkan atau menyebarkan informasi-informasi tentang produknya kepada masyarakat (Ma'dika & Rahmat, 2024; Saputra & Rahmat, 2024; Nurmalasari et al., 2022; Pratama et al., 2024; Rahmat, 2024; Rahmat & Pernanda, 2021; Rahmat et al., 2021; Rahmat et al., 2022; Akbar et al., 2024; Rahmat et al., 2023, Baarik et al., 2023; Rahmat et al., 2024).

### **Harga**

Menurut Kotler (Wadud Ubaidillah, 2023) menerangkan bahwa "*Price is the amount of money charged for a product or service, or the sum of the values that customers exchange for the benefits of having or using the product or service*". Definisi tersebut mengartikan bahwa harga adalah jumlah yang harus disiapkan oleh pelanggan yang ingin mendapatkan barang atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan (Wadud Ubaidillah, 2023), mendefinisikan harga (price) sebagai nilai suatu barang yang dinyatakan dengan uang,

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Armstrong (Sukmawati et al., 2022) kualitas adalah karakteristik dari produk dalam kemampuan untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan bersifat laten. Menurut Kotler dan Armstrong (Sukmawati et al., 2022) yang menyatakan bahwa, kualitas produk adalah kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, dalam hal ini termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk, juga atribut produk lainnya. Apabila suatu produk dapat menjalankan fungsinya maka produk tersebut dapat dikatakan mempunyai kualitas baik (Rahmat, 2019; Banjarnahor et al., 2020; Rahmat et al., 2020; Gustaman et al., 2020; Rahmat et al., 2022; Kodar et al., 2020; Najib & Rahmat, 2021; Rahmat et al., 2020; Widyaningrum et al., 2020; Yurika et al., 2022; Muara et al., 2021; Aminullah et al., 2021; Wulandara & Rahmat, 2024; Ardinata et al., 2023; Pamungkas & Rahmat, 2023; Rahmat et al., 2020; Febrina & Rahmat, 2024; Rahmat, 2023),

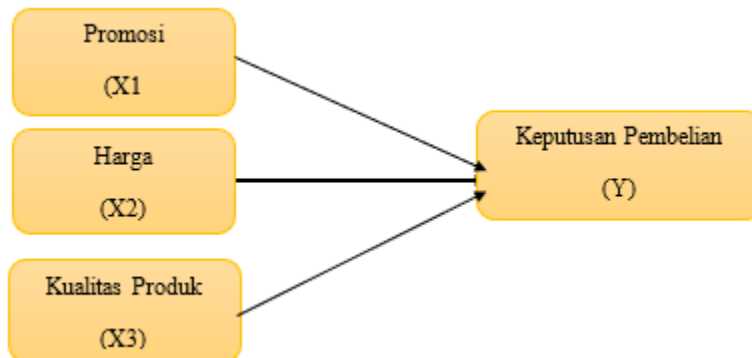
### **Keputusan Pembelian**

Menurut Kotler dalam (Yahya & Sukandi, 2022), pengambilan keputusan pembelian adalah suatu proses pemilihan salah satu alternatif penyelesaian masalah yang dikumpulkan seorang konsumen, dan mewujudkannya dalam tindakan lanjut yang nyata. Menurut Rozi dalam (Yahya & Sukandi, 2022) keputusan pembelian merupakan tahap yang dilalui pembeli dalam menentukan pilihan produk atau jasa yang ingin dibeli. Sebelum konsumen memutuskan untuk membeli, biasanya konsumen melalui beberapa tahap terlebih dahulu yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan membeli dan perilaku pasca pembelian.

### **Kerangka Pemikiran**

Berdasarkan landasan teori dari penelitian terdahulu, maka penelitian ini menggunakan beberapa variabel independen yang akan dianalisis untuk melihat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Variabel independennya adalah,

Promosi, Harga dan Kualitas Produk. Sedangkan variabel dependennya *adalah* keputusan pembelian. Berikut ini adalah gambar dari kerangka teoritis tersebut.



Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

### 3. Metode Penelitian

Pengertian populasi menurut (Handayani R, 2020) populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah peneliti.

Menurut (Sugiyono, 2019) sampel merupakan bagian dari ukuran serta karakteristik suatu populasi untuk menentukan ukuran sampel yang akan di teliti dengan menggunakan metode kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data sesuai dengan yang telah jelas sehingga maka jumlah sampel 110 (Nurhadiyanta et al., 2023; Rahmat et al., 2023; Rahmat et al., 2018; Rahmat et al., 2024; Hasrian et al., 2023; Akbar et al., 2024; Rahmat, 2024; Piliang et al., 2024; Wahyuni et al., 2024; Priantoro et al., 2024; Hasrian & Rahmat, 2024, Syazali et al., 2023; Rahmat et al., 2024; Ma'ruf & Rahmat, 2024; Rahmat et al., 2024; Meidiyustiani & Rahmat, 2024; Ma'ruf & Rahmat, 2024; Aprilyanto et al., 2023).

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### Korelasi

Analisis korelasi digunakan untuk mengetahui hubungan antarvariabel, yaitu hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen

Tabel Uji Kolerasi

|          |                     | Total.X1 | Total.X2 | Total.X3 | Total.Y |
|----------|---------------------|----------|----------|----------|---------|
| Total.X1 | Pearson Correlation | 1        | .824**   | .754**   | .772**  |
|          | Sig. (2-tailed)     |          | .000     | .000     | .000    |
|          | N                   | 110      | 110      | 110      | 110     |
| Total.X2 | Pearson Correlation | .824**   | 1        | .751**   | .811**  |
|          | Sig. (2-tailed)     | .000     |          | .000     | .000    |
|          | N                   | 110      | 110      | 110      | 110     |

|          |                     | Total.X1 | Total.X2 | Total.X3 | Total.Y |
|----------|---------------------|----------|----------|----------|---------|
| Total.X3 | Pearson Correlation | .754**   | .751**   | 1        | .838*   |
|          | Sig. (2-tailed)     | .000     | .000     |          | .000    |
|          | N                   | 110      | 110      | 110      | 110     |
| Total.Y  | Pearson Correlation | .772**   | .811**   | .838**   | 1       |
|          | Sig. (2-tailed)     | .000     | .000     | .000     |         |
|          | N                   | 110      | 110      | 110      | 110     |

1. Korelasi Promosi (x1) terhadap keputusan pembelian (Y) : (r = 0,772 : sig=0,000)
2. Korelasi Harga (x2) terhadap keputusan pembelian (Y) : (r = 0,881 : Sig=0,000)
3. Korelasi Harga (x2) terhadap keputusan pembelian (Y) : (r = 0,838 : Sig=0,000)

#### Uji Parsial (Uji T)

Pengujian hipotesis secara parsial (uji t) dipergunakan untuk menguji pengaruh Promosi (X1), Pesepsi Harga (X2) dan Kualitas produk (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) secara sendri-sendiri atau parsial.

**Tabel Uji T**

| Model |            | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|       |            | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1     | (Constant) | .118                        | 1.017      |                           | .116  | .908 |                         |       |
|       | Total.X1   | .150                        | .107       | .120                      | 1.395 | .166 | .280                    | 3.575 |
|       | Total.X2   | .459                        | .113       | .346                      | 4.054 | .000 | .282                    | 3.544 |
|       | Total.X3   | .661                        | .100       | .487                      | 6.604 | .000 | .379                    | 2.640 |

- **Variabel Promosi (X1) (t hitung = 1,395; Sig = 0,166).** thitung (1,395) > ttabel (1.659) => maka **Ha** ditolak. Nilai Sig (0,166) < 0,05) => maka **Ha** ditolak. Artinya, koefisien variabel Promosi (X1) secara parsial tidak memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian.
- **Variabel Harga (X2) (t hitung = 4,054; Sig = 0,000).** thitung (4,054) > ttabel (1.659) => maka **Ha** diterima. Nilai Sig (0,000) < 0,05) => maka **Ha** diterima. Artinya, koefisien variabel Harga (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian
- **Variabel Kualitas Produk (X3) (t hitung = 6,604; Sig = 0,000).** thitung (6,604) > ttabel (1.659) => maka **Ha** diterima. Nilai Sig (0,000) < 0,05) => maka **Ha** diterima artinya, koefisien variabel Kualitas Produk (X3) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel keputusan pembelian

## Analisis Koefisien Determinasi

**Tabel Uji Analisis Koefisien Determinasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .884 <sup>a</sup> | .782     | .775              | 1.78471                    |

Untuk melihat pengaruh variabel variabel Promosi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. Hasil perhitungannya akan terlihat dalam model summary khususnya angka R Square (angka korelasi yang dikuadratkan). Angka R Square disebut juga koefisien Determinasi (KD).

## 5. Simpulan

Berdasarkan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, hasil analisis data dan pengujian hipotesis dapat dinyatakan sebagai berikut:

- Promosi secara parsial Tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Prima Freshmart, Tangerang Selatan.
- Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Prima Freshmart, Tangerang Selatan.
- Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Prima Freshmart, Tangerang Selatan.

## Daftar Rujukan

- Handayani R. (2020). *Metode Penelitian Sosial*.
- Marlius, D., & Jovanka, N. (2023). PENGARUH HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN Y.O.U PADA HASANAH MART AIR HAJI. *JURNAL ECONOMINA Volume, 2*(2), 476–490.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*.
- Sukmawati, D. A. R., Mathori, M., & Marzuki, A. (2022). PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SKINCARE SOMETHINC. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Bisnis Indonesia STIE Widya Wiwah, 2*(2), 579–599.
- Wadud Ubaidillah, S. (2023). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Mahasiswa Pengguna Smartphone Merek Xiaomi di Universitas Trunojoyo Madura). *Management Studies, 17*(1), 1–23.
- Yahya, M. Z., & Sukandi, P. (2022). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pengguna Marketplace Shopee Masyarakat Kota Bandung). *Jurnal Bisnis, Manajemen & Ekonomi, 20*(1), 623–635.
- Adri, K., Rahmat, H. K., Ramadhani, R. M., Najib, A., & Priambodo, A. (2020). Analisis Penanggulangan Bencana Alam dan Natech Guna Membangun Ketangguhan Bencana dan Masyarakat Berkelanjutan di Jepang. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu*

*Pengetahuan Sosial*, 7(2), 361-374.

- Akbar, A. A., Darmawan, Y., Wibowo, A., & Rahmat, H. K. (2024). Accuracy Assessment of Monthly Rainfall Predictions using Seasonal ARIMA and Long Short-Term Memory (LSTM). *Journal of Computer Science and Engineering (JCSE)*, 5(2), 100-115.
- Akbar, A. A., Dwiningtias, H., & Rahmat, H. K. (2024). Urgensi Koordinasi dalam Organisasi Tanggap Darurat Bencana di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Disaster Response and Emergency Management*, 1(1), 15-20.
- Alawiyah, D., Rahmat, H. K., & Pernanda, S. (2020). Menemukaneni konsep etika dan sikap konselor profesional dalam bimbingan dan konseling. *JURNAL MIMBAR: Media Intelektual Muslim dan Bimbingan Rohani*, 6(2), 84-101.
- Aminullah, A. A., Priambodo, A., Rahmat, H. K., & Adri, K. (2021). Kesiapan kantor pencarian dan pertolongan balikpapan dalam penanggulangan bencana guna menyambut pemindahan ibukota baru. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(1), 51-59.
- Aprilyanto, A., Widana, I. D. K. K., Subiyanto, A., & Rahmat, H. K. (2023). Pemulihan Pascabencana Tsunami 2018 Guna Mendukung Program Pembangunan Daerah Kabupaten Pandeglang. *Jagratar: Journal of Disaster Research*, 1(1), 25-32.
- Ardinata, R. P., Rahmat, H. K., Andres, F. S., & Waryono, W. (2022). Kepemimpinan transformasional sebagai solusi pengembangan konsep smart city menuju era society 5.0: sebuah kajian literatur [Transformational leadership as a solution for the development of the smart city concept in the society era: a literature review]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1).
- Ardinata, R. P., Susanti, R., & Rahmat, H. K. (2023). Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan di Kawasan Wisata Chinangkiak Dreampark Solok Sumatera Barat. *Altasia Jurnal Pariwisata Indonesia*, 5(1), 1-9.
- Baarik, M. H. A., Sianipar, I., Kusumadjadi, A., Alfarasyi, A. R., Rahmat, H. K., & Rahmi, T. N. (2023). Pelatihan Pemanfaatan Teknologi Software Microsoft Nearpod sebagai Media Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 15-20.
- Banjarnahor, J., Rahmat, H. K., & Sakti, S. K. (2020). Implementasi sinergitas lembaga pemerintah untuk mendukung budaya sadar bencana di Kota Balikpapan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 448-461.
- Bastian, O. A., Rahmat, H. K., Basri, A. S. H., Rajab, D. D. A., & Nurjannah, N. (2021). Urgensi Literasi Digital dalam Menangkal Radikalisme pada Generasi Millennial di Era Revolusi Industri 4.0. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 126-133.
- Febrina, I., & Rahmat, H. K. (2024). Motivasi kerja sumber daya manusia dalam organisasi: Sebuah tinjauan pustaka. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 29-34.
- Gustaman, F. A. I., Rahmat, H. K., Banjarnahor, J., & Maarif, S. (2020). Peran Kantor Pencarian dan Pertolongan Lampung dalam Masa Tanggap Darurat Tsunami Selat Sunda Tahun 2018. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 462-469.
- Hakim, F. A., Banjarnahor, J., Purwanto, R. S., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Pengelolaan obyek pariwisata menghadapi potensi bencana di Balikpapan sebagai penyangga ibukota negara baru. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(3), 607-612.
- Hasrian, H. H. H., & Rahmat, H. K. (2024). Gambaran Tingkat Perilaku Altruistik pada Siswa

- Kelas XI: Studi pada Sebuah Madrasah Aliyah Negeri. *Contiguity: Jurnal Psikologi*, 20(2), 1-9.
- Hasrian, H., Rifaldi, M., Fiorella, A., Febianto, Y., Chetwynd, A. P., & Rahmat, H. K. (2023). Edukasi Urgensi Ilmu Pembukuan dalam Bisnis bagi Calon Wirausahawan Muda di MAN Lumajang. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 67-72.
- Kodar, M. S., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Sinergitas Komando Resor Militer 043/Garuda Hitam dengan Pemerintah Provinsi Lampung dalam Penanggulangan Bencana Alam. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 437-447.
- Ma'dika, Z. P., & Rahmat, H. K. (2024). Peran Manajemen Karir dalam Proses Peningkatan Kinerja Karyawan dalam Suatu Perusahaan. *Journal of Current Research in Management, Policy, and Social Studies*, 1(1), 1-8.
- Ma'ruf, A. M. M., & Rahmat, H. K. (2023). Pancasila dalam Konteks Kenegaraan Republik Indonesia: Sebuah Kerangka Konseptual. *Trends in Applied Sciences, Social Science, and Education*, 1(2), 59-68.
- Ma'ruf, A. M. M., & Rahmat, H. K. (2024). Nilai-Nilai Pancasila di Era Globalisasi: Masih Relevankah?. *Civil and Military Cooperation Journal*, 1(2), 73-76.
- Marufah, N., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Degradasi Moral sebagai Dampak Kejahatan Siber pada Generasi Millennial di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 191-201.
- Meidiyustiani, R., & Rahmat, H. K. (2024). Recent Trends in Publication of Research on Financial Literacy in Students Using VOSViewer: A Bibliometric Analysis. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 11(4), 88-95.
- Muara, T., Prasetyo, T. B., & Rahmat, H. K. (2021). Psikologi Masyarakat Indonesia di Tengah Pandemi: Sebuah Studi Analisis Kondisi Psikologis Menghadapi COVID-19 Perspektif Comfort Zone Theory. *Ristekdik: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 69-77.
- Muara, T., Rahmat, H. K., & Prasetyo, T. B. (2021). Efektivitas Diplomasi dan Komunikasi Strategis dalam Kampanye Melawan Terorisme di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 161-170.
- Najib, A., & Rahmat, H. K. (2021). Analisis Pelaksanaan Program Desa Tangguh Bencana di Desa Buluh Cina, Siak Hulu, Kampar, Riau. *Jurnal Ilmiah Muqoddimah: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 5(1), 14-23.
- Nurhadiyanta, N., Fendiyanto, M. H., Rahmat, H. K., Advisa, D. A., & Meireni, M. (2023). Penyuluhan Penurunan Kasus Stunting untuk Meningkatkan Kualitas Generasi Muda di Desa Hambalang. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 43-48.
- Nurmalasari, E., Rahmat, H. K., & Farozin, M. (2022, April). Motivasi santri tuli dalam mengikuti kegiatan madrasah diniyyah daring di Madrasah Salafiyah III Pondok Pensantren Al-Munawwir Krapyak Yogyakarta. In *The Indonesian Conference on Disability Studies and Inclusive Education* (Vol. 2, pp. 103-117).
- Pamungkas, H. Y., & Rahmat, H. K. (2023). UPAYA PENYELESAIAN SENGKETA BARANG MILIK NEGARA BERUPA ASET TANAH PASCA GEMPA LOMBOK 2018 MELALUI PENDEKATAN PERSUASIF BERBASIS HAK ASASI MANUSIA [THE EFFORTS TO SETTLEMENT OF STATE-OWNED PROPERTY IN THE FORM OF LAND ASSETS POST

- THE 2018 LOMBOK EARTHQUAKE THROUGH A PERSUASIVE-BASED HUMAN RIGHTS APPROACH]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 2(1), 1-10.
- Piliang, M. Z., Alfarysi, A. R., Meireni, M., Rahmat, H. K., & Sianipar, I. (2023). Leadership Training Guna Membangun Jiwa Kepemimpinan bagi Guru di Sekolah Dasar Islam. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 21-26.
- Pratama, J. P., Dewo, L. P., & Rahmat, H. K. (2024). Model Sinergitas Pentahelix dalam Rangka Pengurangan Risiko Bencana di Indonesia: Sebuah Tinjauan Pustaka. *Journal of Current Research in Disaster Response and Emergency Management*, 1(1), 1-6.
- Pratikno, H., Rahmat, H. K., & Sumantri, S. H. (2020). Implementasi Cultural Resource Management dalam Mitigasi Bencana pada Cagar Budaya di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 427-436.
- Priambodo, A., Widyaningrum, N., & Rahmat, H. K. (2020). Strategi Komando Resor Militer 043/Garuda Hitam dalam Penanggulangan Bencana Alam di Provinsi Lampung. *Perspektif*, 9(2), 307-313.
- Priantoro, A. U., Rahmat, H. K., Prihantoro, A., Dragon, B., & Wahyuningtyas, A. (2024). Peningkatan Pemahaman Ancaman Bencana di Kabupaten Subang pada Saka SAR Kabupaten Subang Melalui Edukasi Mitigasi Bencana. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 2(1), 1-6.
- Putri, H. R., Metiadini, A., Rahmat, H. K., & Ukhsan, A. (2020). Urgensi pendidikan bela negara guna membangun sikap nasionalisme pada generasi millennial di Indonesia. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial dan Keislaman*, 5(2), 257-271.
- Rahmanisa, R., Rahmat, H. K., Cahaya, I., Annisa, O., & Pratiwi, S. (2021). Strategi Mengembangkan Resiliensi Individu di Tengah Masa Pandemi COVID-19 Menggunakan Islamic Art Therapy [Strategy to Develop Individual Resilience in The Middle of The COVID-19 Pandemic using Islamic Art Therapy]. *Journal of Contemporary Islamic Counselling*, 1(1), 39-52.
- Rahmat, H. K. (2019). Implementasi strategi layanan bimbingan dan konseling komprehensif bagi siswa tunanetra di MTs Yaketunis Yogyakarta. *Hisbah: Jurnal Bimbingan Konseling dan Dakwah Islam*, 16(1), 37-46.
- Rahmat, H. K. (2019). Mobile learning berbasis appypie sebagai inovasi media pendidikan untuk digital natives dalam perspektif islam. *Tarbawi: Jurnal Pendidikan Islam*, 16(1).
- Rahmat, H. K. (2023). Penggunaan Layanan Bimbingan Klasikal Guna Meningkatkan Literasi Kebencanaan Bagi Siswa [Using Classical Guidance Services To Improve Disaster Literacy For Students]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 2(2), 83-92.
- Rahmat, H. K. (2024). Development of Nationalism Attitude in The Millennial Generation Through National Defense Education. *Journal of Current Research in Humanities, Social Sciences, and Business*, 1(1), 1-8.
- Rahmat, H. K. (2024). PSIKOLOGI BENCANA: SEBUAH KAJIAN DALAM MEMITIGASI DAMPAK PSIKOLOGIS PASCA BENCANA BAGI MASYARAKAT URBAN. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 7(2), 599-610.
- Rahmat, H. K., & Alawiyah, D. (2020). Konseling traumatik: Sebuah strategi guna mereduksi dampak psikologis korban bencana alam. *Jurnal Mimbar: Media Intelektual Muslim*

*dan Bimbingan Rohani*, 6(1), 34-44.

- Rahmat, H. K., & Budiarto, A. (2021). Mereduksi dampak psikologis korban bencana alam menggunakan metode biblioterapi sebagai sebuah penanganan trauma healing [Reducing the psychological impact of natural disaster victims using bibliotherapy method as a trauma healing handler]. *Journal of Contemporary Islamic Counselling*, 1(1), 25-38.
- Rahmat, H. K., & Kurniadi, A. (2020). Integrasi dan interkoneksi antara pendidikan kebencanaan dan nilai-nilai Qur'ani dalam upaya pengurangan risiko bencana di sekolah menengah pertama. *Prosiding Konferensi Integrasi Interkoneksi Islam dan Sains*, 2, 455-461.
- Rahmat, H. K., & Pernanda, S. (2021). The Importance of Disaster Risk Reduction Through The Participation of Person with Disabilities in Indonesia. *Proceeding Iain Batusangkar*, 1(1), 137-148.
- Rahmat, H. K., Achadi, A. H., Akbar, A. A., Basri, A. S. H., & Yurika, R. E. (2024). Pembelajaran Mitigasi Bencana Berbasis Kearifan Lokal: Sebuah Inovasi dalam Membangun Resiliensi Sekolah. *Prosiding Konseling Kearifan Nusantara (KKN)*, 3, 444-453.
- Rahmat, H. K., Banjarhanor, J., Ma'rufah, N., & Widana, I. D. K. K. (2020). Pemberdayaan Masyarakat oleh Bintara Pembina Desa (Babinsa) dalam Meningkatkan Kesejahteraan Rakyat. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 91-107.
- Rahmat, H. K., Fajrian, A., & Ma'rufah, N. (2022, September). Preventing Genetic Diseases Through Genetic Counseling to Build a Harmonious Family: a Narrative Review. In *International Conference on Islamic Guidance and Counseling* (Vol. 2, pp. 110-119).
- Rahmat, H. K., Frinaldi, A., Rembrandt, R., & Lanin, D. (2024). MODEL KESIAPSIAGAAN BENCANA BERBASIS SEKOLAH MELALUI PROGRAM SATUAN PENDIDIKAN AMAN BENCANA DI KOTA TANGERANG. *Al-Isyraq: Jurnal Bimbingan, Penyuluhan, dan Konseling Islam*, 7(3), 655-668.
- Rahmat, H. K., Hasrian, H., & Bimantara, M. A. (2023). Membangun Kesiapsiagaan Bencana pada Siswa Melalui BLU-DISCARE sebagai Inovasi Pendidikan Kebencanaan di Sekolah Guna Mewujudkan Generasi Tangguh Bencana. *Jagratar: Journal of Disaster Research*, 1(2), 49-58.
- Rahmat, H. K., Hiram, T. P. B. P. S., Alamsyah, A. N., & Bimantara, M. A. (2024). Upaya Peningkatan Budaya Sadar Bencana Pada Siswa Guna Meningkatkan Kesiapsiagaan SMA Terpadu Baitul Hikmah Depok. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 2(1), 1-10.
- Rahmat, H. K., Madjid, M. A., & Pernanda, S. (2020). Kolektivitas sebagai sistem nilai Pancasila dalam perkembangan lingkungan strategis di Indonesia: suatu studi reflektif. *Bhineka Tunggal Ika: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan PKn*, 7(2), 83-95.
- Rahmat, H. K., Muzaki, A., & Pernanda, S. (2021, March). Bibliotherapy as an alternative to reduce student anxiety during COVID-19 pandemic: A narrative review. In *Proceeding international conference on science and engineering* (Vol. 4, pp. 379-382).
- Rahmat, H. K., Nurmalasari, E., & Falah, N. (2018). Pelaksanaan Bimbingan Kelompok Terinternalisasi Nilai-nilai Kearifan Lokal (Local Wisdom) dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa Underachiever. In *Prosiding Seminar Nasional Konvensi BK ke-XX & Kongres ABKIN ke-XIII*.

- Rahmat, H. K., Pernanda, S., Casmini, C., Budiarto, A., Pratiwi, S., & Anwar, M. K. (2021). Urgensi Altruisme dan Hardiness pada Relawan Penanggulangan Bencana Alam: Sebuah Studi Kepustakaan [The Urgency of Altruism and Resilience in Natural Disaster Management Volunteers: A Literature Study]. *Acta Islamica Counsnesia: Counselling Research and Applications*, 1(1), 45-58.
- Rahmat, H. K., Pernanda, S., Hasanah, M., Muzaki, A., Nurmallasari, E., & Rusdi, L. (2021). Model pembelajaran discovery learning guna membentuk sikap peduli lingkungan pada siswa sekolah dasar: sebuah kerangka konseptual. *Adi Widya: Jurnal Pendidikan Dasar*, 6(2), 109-117.
- Rahmat, H. K., Pratikno, H., Gustaman, F. A. I., & Dirhamsyah, D. (2020). Persepsi Risiko dan Kesiapsiagaan Rumah Tangga dalam Menghadapi Bencana Tanah Longsor di Kecamatan Sukaraja Kabupaten Bogor. *SOSIOHUMANIORA: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial dan Humaniora*, 6(2), 25-31.
- Rahmat, H. K., Rahman, F. A., Raharjo, D. H., Hasrian, H., & Akbar, A. A. (2023). Peningkatan Literasi Kebencanaan pada Masa Tanggap Darurat Bencana pada Mahasiswa Manajemen Bencana Melalui Kunjungan Ilmiah ke Human Initiative Headquarter Depok. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 1(2), 61-66.
- Rahmat, H. K., Ramadhani, R. M., Ma'rufah, N., Gustaman, F. A. I., Sumantri, S. H., & Adriyanto, A. (2020). Bantuan China Berupa Alat Uji Cepat COVID-19 kepada Filipina: Perspektif Diplomacy and International Lobbying Theory. *Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial*, 30(1), 19-27.
- Rahmat, H. K., Salsabila, N. R., Nurliawati, E., Yurika, R. E., Mandalia, S., Pernanda, S., & Arif, F. (2022, June). Bibliokonseling Berbasis Nilai-Nilai Sumbang Duo Baleh dalam Membangun Karakter Positif bagi Remaja di Minangkabau. In *National Conference on Educational Science and Counselling* (Vol. 2, No. 1).
- Rahmat, H. K., Sari, F. P., Hasanah, M., Pratiwi, S., Ikhsan, A. M., Rahmanisa, R., ... & Fadil, A. M. (2020). Upaya pengurangan risiko bencana melalui pelibatan penyandang disabilitas di Indonesia: Sebuah tinjauan kepustakaan. *Jurnal Manajemen Bencana (JMB)*, 6(2).
- Rahmat, H. K., Syah, R., & Putra, A. R. (2024). Bantuan Kemanusiaan sebagai Alat Diplomasi Bencana: Sebuah Ulasan di Tengah Menghadapi Krisis Global. *Civil and Military Cooperation Journal*, 1(1), 33-42.
- Saputra, I., & Rahmat, H. K. (2024). Evaluasi Kinerja Karyawan dalam Suatu Perusahaan: Sebuah Kajian Kepustakaan. *Journal of Current Research in Management, Policy, and Social Studies*, 1(1), 19-24.
- Syarifah, H., Poli, D. T., Ali, M., Rahmat, H. K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Kapabilitas Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Balikpapan dalam Penanggulangan Bencana Kebakaran Hutan dan Lahan. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(2), 398-407.
- Syazali, M., Rahmat, H. K., Widana, I. D. K. K., Supena, E. D. J., Basuki, R., Fendiyanto, M. H., ... & Awwanah, M. (2023). Workshop Manajemen dan Substansi Pengelolaan Jurnal Ilmiah Menuju Jurnal Terakreditasi Nasional dan Internasional. *Indonesian Journal of Emerging Trends in Community Empowerment*, 1(1), 27-34.
- Utama, D. B., Prewito, H. B., Pratikno, H., Kurniadi, Y. U., & Rahmat, H. K. (2020). Kapasitas pemerintah Desa Dermaji Kabupaten Banyumas dalam pengurangan risiko

- bencana. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(3), 598-606.
- Wahyuni, E. S., Suparmoko, Y. H., & Rahmat, H. K. (2024). Peningkatan Softskill Penulisan Tugas Akhir pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Bencana Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Budi Luhur Melalui Pelatihan Penggunaan Mendeley. *Jurnal Relawan dan Pengabdian Masyarakat REDI*, 2(1), 13-18.
- Widyaningrum, N., Rahmat, H. K., & Maarif, S. (2020). Langkah Taktis Gaya Kepemimpinan Gubernur Bali I Wayan Koster Dalam Pencegahan Penyebaran Covid-19 Di Provinsi Bali. *Jurnal Manajemen Bencana (JMB)*, 6(2).
- Wulandari, F., & Rahmat, H. K. (2024). Tingkat Resiliensi Siswa Kelas X Madrasah Aliyah Negeri Lumajang Pasca Bencana Erupsi Gunung Semeru Tahun 2021. *Contiguity: Jurnal Psikologi*, 20(2), 10-19.
- Yuliarta, I. W., & Rahmat, H. K. (2021). Peningkatan kesejahteraan melalui pemberdayaan masyarakat pesisir berbasis teknologi sebagai upaya memperkuat keamanan maritim di Indonesia. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 23(1), 180-189.
- Yurika, R. E., Rahmat, H. K., & Widyastuti, C. (2022, June). Integrasi Layanan Bimbingan dan Konseling dengan Kurikulum Berbasis Budaya Yogyakarta untuk Membangun Cultural Awareness. In *National Conference on Educational Science and Counselling* (Vol. 2, No. 1).
- Zakiyah, A., Rahmat, H. K., & Sa'adah, N. (2022). Peran konselor lintas agama dan budaya sebagai problem solving masyarakat multibudaya [The role of cross-religious and cultural counselors as a multi-cultural community solving problem]. *Al-Ihtiram: Multidisciplinary Journal of Counseling and Social Research*, 1(1), 45-60.