

**PENGARUH LOKASI, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN DI LAZIZAA CHICKEN & PIZZA
(Studi Kasus Pada Konsumen Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang)**

**Oleh :
Agung Wicaksono*)
M. Huftron**)**

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen dan keputusan pembelian sebagai variabel dependen pada konsumen Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang. Populasi dalam penelitian ini adalah Konsumen Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang, Sehingga dalam jangka waktu 3 bulan (Mei-Juli) adapun sampel yang digunakan sebanyak 93 orang yang memenuhi syarat sebagai sampel. Teknik dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental sampling*.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel lokasi berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian, variabel harga berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian dan variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara positif terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci : lokasi, harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian.

*THE INFLUENCE OF LOCATION, PRICES AND SERVICE QUALITY IN PURCHASE
DECISION AT LAZIZAA CHICKEN & PIZZA
(Case Study On Consumer Of Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang)*

By :

Agung Wicaksono *)

M. Hufon **)

ABSTRACT

This research was aimed to analyze the influence of location, price and service quality as independent variables and purchasing decisions as the dependent variable on the consumer Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang. The population in this research is consumer of Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Malang. It was conducted for 3 month, start from May until July. The sample of the study consists of 93 people who fulfill the requirement. The techniques of sampling in this study used accidental sampling technique.

The result of study showed that the location have positive effect to purchase decision. Not only that, the price have positive effect to purchase decision. Then, the service of quality also have positive effect to purchase decision.

Keywords: Location, Price, Product Diversity, Decision Of The Purchase.

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Salah satu bentuk pembangunan yang sedang dilaksanakan saat ini untuk menunjang upaya pertumbuhan ekonomi adalah sektor industri. Dimana industri saat ini telah banyak mengalami kemajuan yang sangat pesat dibandingkan dengan masa-masa sebelumnya. Bagaimana perusahaan mampu membuat konsumen terkesan terhadap perusahaan dengan melakukan langkah-langkah strategis sehingga perusahaan mampu tetap eksis dalam industri tersebut. Produsen dituntut untuk memberikan barang yang mempunyai nilai lebih tinggi dan mutu yang lebih baik.

Apabila Produsen tidak mampu menyusun strategi pemasaran yang baik, maka dampak yang bisa terjadi adalah perusahaan dapat mengalami kekalahan dalam bersaing dengan para kompetitornya di bidang yang sama. Ada banyak beragam jenis industri yang semakin modern, salah satunya adalah industri kuliner. Industri ini menjadi semakin maju sebagaimana yang dapat dilihat dari semakin beragamnya jenis bisnis kuliner yang ada di pasar.

Kondisi persaingan yang ketat membuat para konsumen sangat rentan untuk berubah-ubah, sehingga setiap perusahaan dituntut untuk dapat mengikuti perubahan keinginan pelanggan secara terus-menerus. Hal tersebut yang menjadi faktor penyebab berdirinya bisnis kuliner di Kota Malang.

RUMUSAN MASALAH

Perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu : 1) Apakah lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di *Lazizaa Chicken & Pizza*? 2) Apakah lokasi, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian di *Lazizaa Chicken & Pizza*?

TUJUAN PENELITIAN

Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah : 1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian di *Lazizaa Chicken & Pizza*. 2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi, harga dan kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian di *Lazizaa Chicken & Pizza*.

MANFAAT PENELITIAN

Bagi Perusahaan: Dapat dijadikan pertimbangan bagi perusahaan dalam menentukan strategi yang tepat dengan sasaran yang hendak dibidik sesuai dengan kondisi sosial perkembangan jaman, dan teknologi. Bagi Penulisan: Penelitian ini merupakan sarana bagi penulis untuk menerapkan ilmu yang telah diperoleh selama menjalani perkuliahan dan memperluas wawasan berfikir ilmiah di bidang manajemen. Bagi Penelitian lain: Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti lebih lanjut dan menambah hasil kajian ilmiah serta memberikan sumbangan terhadap kemajuan ilmu pengetahuan khususnya ilmu manajemen pemasaran.

TINJAUAN PUSTAKA

HASIL PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian ini mengacu pada penelitian-penelitian sebelumnya, seperti Yuliani (2015), Ardhana (2010), Akbar (2011), Syahbi (2014), Wibowo (2014).

Wibowo (2014) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di D’supid Baker Surabaya”. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di D’Stupid Baker Surabaya. Dengan pengujian sendiri-sendiri kualitas pelayanan, harga dan lokasi kedua-duanya mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di D’Stupid Baker Surabaya.

TINJAUAN TEORI

LOKASI

Menurut Kotler (2008:51) “Salah satu kunci menuju sukses adalah lokasi, lokasi dimulai dengan memilih komunitas”. Keputusan ini sangat bergantung pada potensi pertumbuhan ekonomis dan stabilitas, persaingan, iklim politik, dan lain sebagainya.

Menurut Lupiyoadi (2009:42), “Berhubungan dengan perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya”. Dalam hal ini ada tiga jenis interaksi yang

mempengaruhi lokasi, yaitu: 1) Konsumen mendatangi pemberi jasa (perusahaan), 2) Pemberi jasa mendatangi konsumen, 3) Pemberi jasa dan konsumen tidak bertemu secara langsung

HARGA

Menurut Kotler dan Keller (2009:67) “Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain yang menghasilkan biaya. Mungkin harga adalah elemen termudah dalam program pemasaran untuk disesuaikan, fitur produk, saluran, dan bahkan komunikasi membutuhkan lebih banyak waktu”.

Menurut Kotler (2002:519) “Suatu perusahaan harus menetapkan harga untuk pertama kali ketika perusahaan tersebut mengembangkan produk baru, ketika perusahaan memperkenalkan produk regulernya ke saluran distribusi atau daerah baru, dan ketika perusahaan akan mengikuti lelang atas kontrak kerja baru”. Berikut langkah-langkah yang harus dilakukan sebelum menentukan harga :1) memilih tujuan penetapan harga, 2) Menentukan permintaan, 3) Memperkirakan biaya, 4) Menganalisis biaya, harga, tawaran permintaan, 5) Memilih metode penetapan harga, 6) Memilih harga akhir.

KUALITAS PELAYANAN

Menurut Tjiptono (2004:48) “menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jas,manusia,proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan.

Sedangkan pengertian dari pelayanan menurut Tjiptono (2004:48) dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan telah banyak dimanfaatkan sebagai strategi bersaing berbagai organisasi. Pada prinsipnya, konsistensi dan superioritas kualitas pelayanan akan mendukung kepuasan pelanggan yang pada akhirnya akan memberikan sejumlah manfaat Lupiyoadi (2001:182) seperti : 1) terjalin relasi yang menguntungkan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan, 2) terbukanya peluang pertumbuhan bisnis melalui pembelian ulang *cross-selling* pelanggan, 3)loyalitas pelanggan bias terbentuk, 4) terjadinya komunikasi gethok tular positif yang berpotensi menarik pelanggan baru, 5) persepsi pelanggan publik terhadap reputasi perusahaansemakin positif, 6) lba yang diperoleh bias meningkat.

KEPUTUSAN PEMBELIAN

Pengertian proses keputusan membeli merupakan tahap dari keputusan pembelian yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pada umumnya keputusan membeli yang dilakukan konsumen adalah membeli produk yang disukai, tetapi ada dua faktor yang mendukung adanya niat untuk membeli dan keputusan untuk membeli yaitu sikap orang lain dan situasi yang tidak diharapkan.

Menurut Swastha dan Irawan (2008:118) “Keputusan pembelian adalah pemahaman konsumen tentang keinginan dan kebutuhan akan suatu produk dengan menilai dari sumber-sumber yang ada dengan menetapkan tujuan pembelian serta mengidentifikasi alternatif sehingga pengambil keputusan untuk membeli yang disertai dengan perilaku setelah melakukan pembelian”.

METODE PENELITIAN

JENIS, LOKASI DAN WAKTU PENELITIAN

JENIS PENELITIAN

Berdasarkan metodenya, penelitian ini merupakan penelitian survey. metode pengumpulan data adalah primer dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan kepada responden. Dari hal tersebut maka jenis penelitian yang digunakan adalah *eksplanatory* (penjelasan).

LOKASI PENELITIAN

Lokasi dari penelitian ini adalah pada Lazizaa *Chicken & Pizza* Dinoyo Kota Malang. Dengan alamat JL. M.T. Haryono No. 189 Dinoyo, Kec.Lowokwaru, Kota Malang.

WAKTU PENELITIAN

Waktu penulisan ini dilaksanakan pada bulan Mei hingga Desember 2017.

POPULASI DAN SAMPEL PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Lazizaa *Chicken & Pizza*. Sehingga dalam jangka waktu 3 bulan (Mei-Juli), jumlah populasi yang diperoleh sebanyak 1386 orang. Penarikan sampel menggunakan *accidental Sampling* yaitu dengan menggunakan

metode pengambilan sampel dengan memilih siapa yang kebetulan ada/dijumpai sejumlah 93 orang.

DEVINISI OPERASIONAL VARIABEL

Operasional variabel dari penelitian ini adalah:

1. Pertumbuhan aset

Dimana dalam penelitian ini variabel dependennya adalah keputusan pembelian (Y). Seorang konsumen dalam memutuskan untuk berbelanja pastinya akan memperhatikan beberapa hal. Sampai seorang konsumen itu memutuskan untuk membeli suatu produk.

2. Lokasi

Merupakan tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Tjiptono,2008). Adapun indikator dari lokasi yaitu : 1) Lokasi yang strategis, 2) Kenyamanan lokasi, 3) Lahan parkir yang luas.

3. Harga

Merupakan elemen yang dibebankan oleh pembeli dan harga merupakan satu-satunya elemen yang menghasilkan biaya. Adapun indikator dari harga yaitu :1) Kesesuaian harga dengan kualitas produk, 2) Keterjangkauan harga, 3) Harga bervariasi.

4. Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan salah satu bentuk jasa yang di berikan oleh seorang retailer sebagai strategi untuk seorang konsumen yang akan memutuskan untuk membeli produknya. Adapun indikator kualitas pelayanan yaitu: 1) Pelayanan karyawan yang handal, 2) Karyawan memiliki daya tanggap, 3) Karyawan berpenampilan rapi.

SUMBER DAN METODE PENGUMPULAN DATA

SUMBER DATA

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan melakukan penyebaran kuesioner pada Konsumen Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang.

METODE PENGUMPULAN DATA

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan angket dan menggunakan instrumen *questionnaire*. Kuisisioner penelitian ini merupakan kuisisioner yang menggunakan skala likert, untuk mengklasifikasi variabel-variabel yang diukur dalam penelitian tersebut.

METODE ANALISIS DATA

UJI VALIDITAS

Kriteria penilaian uji validitas, adalah : 1) Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ (signifikan 0,05) maka dapat dikatakan kuesioner tersebut valid. 2) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (signifikan 0,05) maka dapat dikatakan kuesioner tersebut tidak valid.

UJI RELIABILITAS

Kriteria dalam pengukuran ini adalah jika Cronbach alpha-nya memiliki $\geq 0,60$ maka data dikatakan reliable.

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Menurut Priyono (2016:15) regresi linear berganda adalah metode yang digunakan untuk menganalisis hubungan antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3$$

Keterangan :

Y : Keputusan Pembelian

a : konstanta

b_1 - b_3 : koefisien regresi

x_1 : Lokasi

x_2 : Harga

x_3 : Kualitas Pelayanan

UJI NORMALITAS

Menurut Ghazali (2007:10) “Uji normalitas bertujuan untuk menguji sebuah model regresi, variabel independen, dan variabel dependen, yang keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak”. Dalam uji normalitas, penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang menggunakan tingkat signifikan sebesar 5%.

UJI ASUMSI KLASIK

UJI MULTIKOLINEARITAS

Uji multikolinearitas dilakukan untuk menghindari adanya hubungan yang kuat antarsesama variabel independen. Pendeteksian problem multikolinearitas menggunakan nilai *variance inflation factor* (VIF). Jika $VIF < 10$ maka tidak terdapat multikolinearitas.

UJI HETEROKEDASITAS

“Uji heterokedasitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain” (Ghozali 2011:139). Untuk menguji apakah ada heterokedasitas dapat diuji melalui uji *Glejser Test* yang mampu memberikan keakuratan hasil.

UJI AUTOKORELASI

Pengujian autokorelasi menggunakan statistik *Durbin Watson*, dikatakan bebas autokorelasi apabila $du < d < 4 - du$.

UJI HIPOTESIS

UJI PARSIAL (UJ T)

Uji T untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial dengan uji T, dengan tingkat signifikansi 5%. Apabila nilai signifikan $t > 0,05$ maka tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Apabila nilai signifikan $t < 0,05$ maka ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial.

UJI DETERMINASI

Pengujian R^2 digunakan untuk mengukur presentase pengaruh variabel independen yang diteliti terhadap variasi naik turunnya variabel dependen. R^2 berkisar antara 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$).

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

UJI VALIDITAS

Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh ringkasan seperti tabel

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi	x11	0,594	0,2017	valid
	x12	0,659	0,2017	valid
	x13	0,637	0,2017	valid
Harga	x21	0,688	0,2017	valid
	x22	0,645	0,2017	valid
	x23	0,623	0,2017	valid
Kualitas Pelayanan	x31	0,957	0,2017	valid
	x32	0,836	0,2017	valid
	x33	0,957	0,2017	valid
Keputusan Pembelian	Y1	0,710	0,2017	valid
	Y2	0,784	0,2017	valid
	Y3	0,621	0,2017	valid

Sumber : Data diolah, 2017.

Bahwa semua indikator masing-masing variabel dinyatakan valid karena nilai r hitung $> r$ tabel. Hal ini membuktikan bahwa korelasi antar variable independent cukup kuat.

UJI REALIBILITAS

No	Variabel	Koefisien Alpha	Keterangan
1	X1	0,620	Reliabel
2	X2	0,627	Reliabel
3	X3	0,951	Reliabel
4	Y	0,743	Reliabel

Kriteria dalam pengukuran ini adalah jika Cronbach alpha-nya memiliki $\geq 0,60$ maka data dikatakan reliable.

UJI NORMALITAS

Apabila nilai probabilitas atau signifikan $< 0,05$, distribusi adalah tidak normal dan sebaliknya jika besarnya signifikansi $> 0,05$ maka distribusinya normal, ini dapat dilihat dari tabel 4.10, nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,885 > 0,05$, yang berarti berdistribusi normal.

UJI ASUMSI KLASIK

UJI MULTIKOLINEARITAS

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa nilai *variance inflation factor* (VIF) variabel Lokasi (X_1) adalah sebesar 1,142 yakni lebih kecil dari 10 dengan nilai *tolerance*

0,876 yang kurang dari 1, serta nilai VIF variabel Harga (X_2) sebesar 1,161 yakni lebih kecil dari 10 dengan nilai *tolerance* 0,861 lebih kecil daripada 1 dan VIF dari variabel Kualitas Pelayanan (X_3) sebesar 1,154 yang lebih kecil dari 10 dengan nilai *tolerance* sebesar 0,867, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi hubungan linier yang tinggi antara masing- masing variable independen, atau dapat disebut juga tidak terjadi masalah multikolinieritas.

UJI HETEROKEDASITAS

Variabel	Signifikasi	Keterangan
Lokasi	0,976	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Harga	0,193	Tidak terjadi Heterokedastisitas
Kualitas Pelayanan	0,808	Tidak terjadi Heterokedastisitas

Diketahui nilai signifikansi pada masing- masing variable $>0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Berdasarkan hasil pengolahan data tabel dapat diperoleh hasil persamaan regresi linear berganda pada tabel Coefficients^a sebagai berikut :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3$$

$$Y = 1,259 + 0,235X_1 + 0,046 X_2 + 0,297 X_3$$

UJI HIPOTESIS

UJI SIMULTAN (UJI F)

Nilai Signifikansi (Sig) atau P_{Value} $>$ dibandingkan dengan nilai α , dimana dalam analisis diperoleh sebesar 0,000 sedangkan α sebesar 0,05 secara matematis $P_{Value} < 0,05$ maka

menerima H_1 dan menolak H_0 , artinya jika F Uji menunjukkan bahwa semua variabel independen secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang.

UJI PARSIAL (UJI T)

Nilai P_{value} Lokasi (X_1) = 2,765 sedangkan $\alpha = 0,007$. Jadi $P_{value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dibuktikan adanya pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Lokasi (X_1) terhadap Keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang. Nilai P_{value} Harga (X_2) = 0,472 sedangkan $\alpha = 0,638$. Jadi $P_{value} > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga berpengaruh tidak signifikan antara variabel Harga (X_2) terhadap Keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang. Nilai P_{value} Kualitas Pelayanan (X_3) = 3,312 sedangkan $\alpha = 0,001$. Jadi $P_{value} < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat dibuktikan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang.

UJI DETERMINASI

Berdasarkan analisis yang diperoleh nilai $R^2 = 0,249$ berarti menunjukkan bahwa korelasi/hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat adalah sebesar 24,9%. Koefisien determinan Adj. R^2 mempunyai nilai sebesar 0,224, nilai ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan menyebabkan perubahan Keputusan Pembelian sebesar 22,4% sedangkan sisanya 77,6% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pada Uji Simultan, menunjukan bahwa semua variabel independen yaitu Lokasi, Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian di Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo Kota Malang.

Pada Uji Parsial, menunjukan bahwa variabel Lokasi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian pada variabel harga secara parsial berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Selanjutnya pada variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dari hasil penelitian dan pembahasan maka disarankan untuk Penelitian selanjutnya diharapkan untuk melakukan penelitian dengan menggunakan sampel yang lebih banyak, dapat menambah variabel independen lainnya atau mengganti variabel yang tidak signifikan dari penelitian ini dengan variabel lain yang disinyalir dapat mempengaruhi keputusan pembelian, sehingga hasil yang diperoleh lebih akurat. Kemudian diharapkan dapat melakukan penelitian selain studi kasus *Lazizaa Chicken & Pizza Dinoyo*

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar P.A (2011), dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda” (Studi Kasus Pada Dealer Sepeda Motor Honda Di Kota Banjarnegara)
- Ardhana, Oldy.2010. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Bengkel Caesar Semarang). Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
- Arikunto, 2005. Manajemen Penelitian. Rineka Cipta, Jakarta.
- Arikunto, S. 1998. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2002. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 1996. *Manajemen Pemasaran Dasar Konsep dan Strategi*. Jakarta. Rajawali Press.
- Bungin, Burhan, *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2013.
- Durianto, Sugiarto dan Tony Sitinjak, 2001. Strategi Menaklukkan Pasar Melalui. Riset Ekuitas dan Perilaku Merek, PT. Gramedia Pustaka.
- Ghozali, Imam. 2007. “*Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program SPSS*”. Semarang: UNDIP.
- Ghozali, Imam. 2011. “*Aplikasi Analisis Multivariant Dengan Program IMB SPSS 19*”. Semarang: Edisi 5. UNDIP.
- Indriantoro, N. dan Supomo, B. (2002). *Metedologi Penelitian Bisnis untuk Akutansi dan Manajemen*. Yogyakarta: BPFE.
- Kotler, Ang, Leong, dan Tan, 2000, “Manajemen Pemasaran”, Edisi Bahasa Indonesia, terjemahan Fandy Tjiptono.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1. Edisi 13 Jakarta: Erlangga.
- Koler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*, jilid 2, edisi millenium. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta, PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lamb, Chales W., Hair, Joseph F., and McDaniel, Carl. 2001. *Pemasaran*. Alih bahasa David Octavaria. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran jasa teori dan praktek*. Jakarta. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat & A. Hamdani. 2009. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi kedua, Jakarta, Salemba Empat.
- Maman. 2002. *Dasar-dasar Metode Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. CV.Pustaka Setia.
- Mauludin, Hanif, 2010. *Marketing research: Panduan bagi Manajer, Pimpinan Perusahaan Organisasi*, Penerbit Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Mowen John, Minor Michael, 2002. *Perilaku Konsumen*. Bandung. Penerbit Erlangga.

- Priyatno, Duwi. 2013. Analisis Korelasi Regresi, dan Multivariate dengan SPSS. Yogyakarta : Gava Media.
- Priyono, Agus. 2016. "Analisis Data dengan SPSS". Malang:BPFE Unisma.
- Ridwan. (2004). *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta
- Sanusi, Anwar.2014. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta:Salemba Empat.
- Singarimbun, M.(1995), "metode penelitian survey". Jakarta. LP3ES
- Stanton, W.J. (1994). Edisi 7,jilid 1.PrinsipManajemen. Penerbit Erlangga.
- Sugiyono. 2009. Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif & RND). Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Bisnis. Jakarta : Salemba Empat.
- Sugiyono. 2011. Metode Penelitian Pendidikan. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung : Alfabeta.
- Supomo, Bambang dan Indriantoro, Nur. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis Cetakan Kedua. Yogyakarta : BFEE UGM.
- Swastha, Basu & Irawan. 2008. Menejemen Pemasaran Modern. Cetakan Ketujuh. Penerbit LIBERTY : Yogyakarta.
- Syahbi, Anis Salis.2014. Pengaruh Harga, Produk, Pelayanan, Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Berbranja Busana Muslim (Studi Kasus Karita Square Yogyakarta). Fakultas Syariah dan Hukum Keuangan Islam Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta. Penerbit Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Strategi Pemasaran. Edisi III Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Manajemen Jasa. Penerbit Andi Edisi Kedua, Yogyakarta.
- Wibowo, Ari (2014). "Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di D'stupid Baker Surabaya" Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya.
- Yuliani. 2005. "Pengaruh Lokasi, Harga Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja Konsumen Di Abc Swalayan Purbalingga" Fakultas Ilmu Sosial Jurusan Ekonomi Universitas Negeri Semarang.

*) Agung Wicaksono adalah alumnus Fakultas Ekonomi UNISMA

**) M. Hufon, Dosen tetap Fakultas Ekonomi UNISMA