

**Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Minat Beli
Konsumen
(Studi Pada Konsumen Ayam *Rocket Chicken* Di Lamongan)**

Oleh :
Lisa Febriyanti Valentino *)
Nurhajati **)
Budi Wahono *)**
Email : lisafvt2@gmail.com
Universitas islam Malang

Abstract

The purpose of the study was to determine the effect of price, product quality and location on consumer buying interest (study on rocket chicken consumers in Lamongan). Determination of the sample in the study using purposive sampling technique, so that it can be determined the number of samples as many as 100 respondents in accordance with the criteria. The analytical tool used in this research is multiple linear regression analysis. The results showed that price, product quality and location simultaneously had a significant effect on consumer buying interest in rocket chicken in Lamongan. Price and location variables have no significant effect on consumer buying interest in rocket chicken in Lamongan. While product quality has a significant and positive effect on consumer buying interest in rocket chicken in Lamongan.

Keywords: Price, Product Quality, Location And Consumer Buying Interest

Pendahuluan

Latar Belakang

Di beberapa kota rumah makan telah mengalami sebuah perkembangan yang sangat pesat, mulai dari segi pemasaran, baik dalam bentuk digital dan non digital sehingga banyak tempat-tempat rumah makan yang berdiri di kota besar dan juga mendirikan gerai-gerai di kota kecil atau memperbanyak outlet, yang menjual makanan berkualitas dengan harga terjangkau. Salah satunya Rocket Chicken. Rocket Chicken adalah sebuah perusahaan kemitraan yang bergerak di Bidang *Fast Food Restaurant*, dengan produk unggulan, *Fried chicken*, Burger, Steak dan Chinese food, dengan konsep menyajikan makanan yang sehat, berkualitas, halal, dengan cita rasa yang khas, harga terjangkau bagi semua kalangan masyarakat yang diolah dengan bumbu pilihan Gerai-gerai *Fast Food Restaurant* dengan brand ROCKET CHICKEN mulai dari daerah tingkat 1 hingga daerah tingkat 2 seperti di DIY, Jawa Tengah, Jawa Barat dan Jawa Timur salah satunya di daerah Kabupaten Lamongan .

Roket chicken di Lamongan kini menjadi makanan yang populer di Lamongan dan di sukai banyak para penikmat makanan siap saji, dari kalangan anak-anak, remaja dan dewasa. Dimasa sekarang kuliner makanan yang semakin banyak tidak membuat roket chicken takut bersaing dengan kuliner yang lain, dimana itu bisa dinilai dari roket chicken yang mendirikan beberapa cabang di daerah Kabupaten Lamongan. Memiliki ciri khas sendiri dari menu-menu sambal yang menjadi pelengkap dan menyajikan makanan yang berkualitas untuk membuat konsumen mendapatkan kepuasan sesuai dengan uang yang dikeluarkan, membantu para konsumen yang ingin menikmati *fried chicken* dengan mudah dan harga lebih terjangkau serta ayam roket chicken cabang Lamongan memiliki tempat yang bersih, cukup luas dan nyaman dengan lokasi yang strategis untuk membuat konsumen lebih mudah menemukan lokasi.

Rumusan masalah

Berdasarkan deskripsi latar belakang diatas maka rumusan masalah dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan?
2. Apakah harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen ayam *roceket chicken* Lamongan?
3. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan?
4. Apakah lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan diskripsi rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap minat beli konsumen ayam *rocken chicken* Lamongan.
4. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap minat beli konsumen ayam *rocket chicken* Lamongan.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang ingin didapatkan dari penelitian ini antara lain:

1. Manfaat teoritis
Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber acuan dan referensi bagi peneliti selanjutnya, dan menambah ilmu pengetahuan khususnya mengenai pengaruh Harga, Kualitas Produk dan lokasi terhadap minat beli konsumen di ayam *rocket chicken* Lamongan.
2. Manfaat praktis
Sebagai bahan tambahan pemikiran bagi penelitian selanjutnya untuk melakukan pengembangan ilmiah lebih lanjut yang menyangkut faktor faktor yang mempengaruhi sikap konsumen dalam melakukan minat beli dengan memasukkan faktor-faktor yang belum ada dengan memahami minat beli konsumen.
3. Manfaat Bagi Peneliti
Penelitian ini diharapkan menambah wawasan bagi peneliti dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang tertarik meneliti dengan topik maupun objek yang sama.

Tinjauan Pustaka

Harga

Kotler dan Armstrong (2011) pengertian harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Kualitas produk

Anwar (2015) merupakan konsep terpenting dalam menciptakan suatu produk, dan produk yang berkualitas adalah produk yang diterima oleh pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

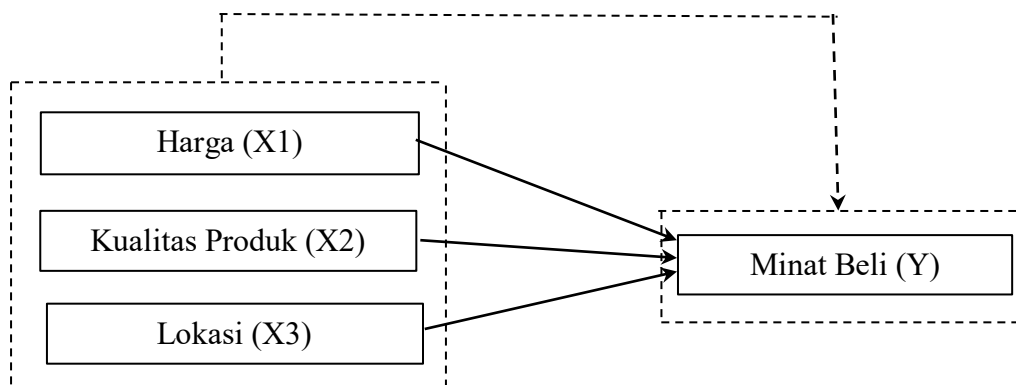
Lokasi

Lupiyoadi (2013: 96) Lokasi berarti berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.

Minat Beli

Kotler dan Keller (2009:15) Minat beli merupakan perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Kerangka Konseptual



Gambar 2.1

Keterangan:

- > : Pengaruh parsial
 - - - - -> : Pengaruh simultan

Hipotesis

Berdasarkan pada tujuan penelitian, landasan teori, penelitian sebelumnya dan kerangka konseptual yang telah ditetapkan, maka hipotesis penelitian ini adalah sebagai berikut:

- H1: Harga, Kualitas Produk dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
 H2: Harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
 H3: Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen.
 H4: Lokasi berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini termasuk jenis penelitian explanatory research, dilakukan dengan Cara menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan yang lain. Lokasi penelitian ini dilaksanakan pada konsumen ayam *roket chicken* Lamongan (Kauman, Sidoharjo, Kec. Lamongan, Lamongan) dan waktu penelitian dilakukan pada bulan Maret 2021 sampai bulan Mei 2021.

Populasi Dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen di ayam *rocket chicken* Lamongan. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus pada teori Malhotra (2006:291) yang paling sedikit harus empat atau lima kali dari jumlah item pertanyaan. Pada penelitian ini terdapat 20

Pertanyaan. Maka, jumlah sampel yang akan diambil pada penelitian ini berjumlah 100 sampel yang di dapat dari 20 item pertanyaan x 5.

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (variabel independen) yang terdiri dari harga, kualitas produk dan lokasi. Variabel terikat (variabel dependen) dalam penelitian ini adalah minat beli.

Definisi Operasional Variabel

1. Harga adalah suatu nilai nominal atau jumlah uang yang harus dibayarkan kepada penjual oleh konsumen untuk memperoleh.
2. Kualitas produk merupakan barang yang menjadi nilai ukur konsumen untuk mengambil keputusan dalam melakukan pembelian.
3. Lokasi ialah berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatannya.
4. Minat beli adalah perilaku yang muncul sebagai respon terhadap objek yang menunjukkan keinginan konsumen untuk melakukan pembelian.

Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer dalam penelitian ini diperoleh langsung dari memberikan selebaran kuesioner berupa pertanyaan-pertanyaan kepada konsumen di ayam *rocket chicken* Lamongan.

Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Pengukuran yang digunakan untuk mengukur tanggapan responden dari kuesioner, yaitu dengan menggunakan skala *likert*.

Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil Analisis Uji Instrumen Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	Item Pertanyaan Total Correlation	r tabel	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,652	0,196	Valid
	X1.2	0,762	0,196	Valid
	X1.3	0,709	0,196	Valid
	X1.4	0,761	0,196	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,682	0,196	Valid
	X2.2	0,759	0,196	Valid
	X2.3	0,685	0,196	Valid
	X2.4	0,337	0,196	Valid
	X2.5	0,495	0,196	Valid
	X2.6	0,671	0,196	Valid
	X2.7	0,479	0,196	Valid
	X2.8	0,638	0,196	Valid
Lokasi (X3)	X3.1	0,726	0,196	Valid
	X3.2	0,847	0,196	Valid
	X3.3	0,793	0,196	Valid
	X3.4	0,707	0,196	Valid
Minat Beli (Y)	Y.1	0,584	0,196	Valid
	Y.2	0,806	0,196	Valid
	Y.3	0,624	0,196	Valid
	Y.4	0,810	0,196	Valid

Sumber : data diolah 2021

Uji validitas digunakan untuk mengetahui valid tidaknya masing-masing instrumen dalam variabel harga, kualitas produk, lokasi dan minat beli. Uji validitas dalam penelitian menggunakan program *statistic SPSS*. Semua instrumen telah diuji dan menghasilkan nilai r hitung $>$ r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian dikatakan valid.

Uji reliabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui reliabel tidaknya item instrumen dalam setiap variabel yang digunakan dalam penelitian. Untuk mengukur uji reliabilitas digunakan *alpha cronbach* dengan kriteria apabila *alpha cronbach* $>$ 0,6 maka instrumen dikatakan reliabel dan apabila *alpha*

$cronbach < 0,6$ maka instrumen dikatakan tidak reliabel. Berikut ini adalah hasil uji reliabilitas:

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Standard Nilai	Keterangan
X1	0,686	0,60	Reliabel
X2	0,739	0,60	Reliabel
X3	0,769	0,60	Reliabel
X4	0,678	0,60	Reliabel

Sumber : data diolah 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* masing-masing variabel adalah $> 0,6$ dengan demikian hasil penelitian reliabel.

Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas
 One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		X1	X2	X3	Y
N		100	100	100	100
Normal	Mean	14,58	27,71	15,11	14,23
Parameters ^{a,b}	Std.	2,085	3,740	2,685	1,943
	Deviation				
Most Extreme	Absolute	,130	,120	,134	,134
Differences	Positive	,090	,096	,130	,134
	Negative	-,130	-,120	-,134	-,124
Kolmogorov-Smirnov Z		1,304	1,198	1,337	1,345
Asymp. Sig. (2-tailed)		,067	,113	,056	,054

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber Data: Diolah (2021)

Uji *Kolmogorov-Smirnov* diperoleh nilai $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinearitas

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6,543	1,593		4,108	,000		
1 X1	-,068	,094	-,073	-,716	,476	,746	1,340
X2	,267	,053	,515	5,048	,000	,737	1,357
X3	,084	,064	,116	1,299	,197	,966	1,035

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan nilai VIF maka harga (X1) 1,340 < 10,00, kualitas produk (X2) 1,357 < 10,00, dan lokasi (X3) 1,035 < 10,00, maka tidak terjadi multikolinearitas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1,386	,979		1,415	,160
1 X1	-,038	,058	-,078	-,662	,509
X2	,004	,033	,014	,118	,907
X3	,025	,040	,064	,622	,536

a. Dependent Variable: ABS_RES

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa (X1) memiliki nilai sig. 0,509 > 0,05, (X2) memiliki nilai sig. 0,907 > 0,05, (X3) memiliki nilai sig. 0,536 > 0,05, maka tidak terjadi gejala Heteroskedastisitas dalam model regresi.

Model Regresi Linier Berganda

Peneliti menggunakan teknik analisis regresi linier untuk menguji hipotesis, yang mana harga (X_1), kualitas produk (X_2), dan lokasi (X_3) terhadap minat beli (Y) konsumen di ayam rocket chicken Lamongan.

Adapun rumus persamaan linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 6,543 - 0,068x_1 + 0,267x_2 + 0,084x_3 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi linier berganda di atas, dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Y = bila variabel terikat akan diprediksikan oleh variabel bebas. Minat Beli merupakan variabel terikat dalam penelitian ini yang nilainya diprediksi oleh harga, kualitas produk dan lokasi.
2. a = nilai konstanta sebesar 6,543, artinya jika variabel harga (X_1), Kualitas Produk (X_2), dan lokasi (X_3) nilainya adalah 0 maka Minat Beli (Y) nilainya adalah 6,543..
3. b_1 = koefisien regresi variabel harga (X_1) dengan nilai -0,068 (negatif), disimpulkan bahwa apabila variabel penelitian harga menurun, maka variabel minat beli meningkat dengan asumsi variabel X_2 dan X_3 konstan.
4. b_2 = koefisien regresi variabel kualitas produk (X_2) dengan nilai 0,267 (positif), disimpulkan bahwa apabila variabel penelitian kualitas produk meningkat, maka variabel minat beli meningkat dengan asumsi variabel X_1 dan X_3 konstan.
5. b_3 = koefisien regresi variabel lokasi (X_3) dengan nilai 0,084 (positif), disimpulkan bahwa apabila variabel penelitian lokasi yang strategis, maka variabel minat beli meningkat dengan asumsi variabel X_1 dan X_2 konstan

Uji Hipotesis

Uji F

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	98,927	3	32,976	11,521	,000 ^b
Residual	274,783	96	2,862		
Total	373,710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan tabel diatas terlihat bahwa nilai Sig. < 0,05 maka H0 ditolak dan H1 diterima sehingga variabel (X1), (X2), (X3) secara simultan berpengaruh terhadap (Y).

Uji t

Tabel 7. Hasil Uji t
Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	6,543	1,593		4,108	,000
1 X1	-,068	,094	-,073	-,716	,476
X2	,267	,053	,515	5,048	,000
X3	,084	,064	,116	1,299	,197

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas diperoleh bahwa nilai Sig. (X1) sebesar 0,476 > 0,05 maka H1 ditolak dan H0 diterima sehingga variabel (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Nilai Sig. (X2) sebesar 0,000 < 0,05 maka H2 diterima dan H0 ditolak sehingga variabel (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y). Nilai Sig. (X3) sebesar 0,197 > 0,05 maka H3 ditolak dan H0 diterima sehingga variabel (X3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel (Y).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,515 ^a	,265	,242	1,692

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Berdasarkan data diatas diperoleh nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,242 atau 24,2%. Hasil ini menunjukkan bahwa kepuasan minat beli dapat dijelaskan oleh variabel harga, kualitas produk, dan lokasi sebesar 24,2% sedangkan sisanya sebesar 75,8% (100%

- 24,2%) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini.

Pembahasan Hasil Penelitian

Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen.

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa harga, Kualitas Produk, dan lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen di ayam *rocket chicken* Lamongan . Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Erni Widajanti (2017) dan Fauzi (2020) dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga, kualitas produk, dan secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen.

Harga Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken* Lamongan yang diperoleh nilai sebesar 0,476. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan minat beli konsumen tetapi harga pada penelitian ini tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena sebagian besar konsumen membeli ayam *rocket chicken* Lamongan bukan dari harganya melainkan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan kualitas produk seperti ciri khas atau citra rasa yang ditawarkan kepada konsumen. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief (2018) yang menunjukkan bahwa harga tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Kualitas Produk Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen di ayam *rocket chicken* Lamongan. Yang diperoleh nilai sebesar 0,000. Kualitas produk yang dirasakan oleh konsumen akan berpengaruh terhadap kesediaan konsumen untuk membeli sebuah produk. Artinya bahwa semakin tinggi nilai dari kinerja karyawan, fitur produk, kehandalan, dan daya tahan kualitas produk yang dirasakan konsumen maka akan semakin meningkatkan kesediaan konsumen untuk membeli di ayam *rocket chicken* Lamongan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugiono dan Subagio (2014) dengan hasil kualitas produk berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli konsumen.

Lokasi Berpengaruh Terhadap Minat Beli Konsumen

Berdasarkan hasil regresi di atas menunjukkan bahwa lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken*

Lamongan yang diperoleh nilai sebesar 0,197. Lokasi dalam sebuah usaha dapat mempengaruhi keputusan minat beli konsumen dipengaruhi oleh akses lokasi yang mudah dijangkau, visibilitas, lalu lintas, dan lingkungan tetapi lokasi dalam penelitian ini tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena lokasi bukan merupakan penentu utama dalam menentukan minat beli konsumen. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Latief (2018) yang menunjukkan hasil bahwa lokasi tidak berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen.

Simpulan Dan Saran

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Harga, Kualitas Produk dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken* Lamongan.
2. Harga tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken* Lamongan.
3. Kualitas produk berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken* Lamongan.
4. Lokasi tidak berpengaruh terhadap minat beli konsumen pada ayam *rocket chicken* Lamongan.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih jauh dari kata sempurna dan terdapat keterbatasan, diantaranya sebagai berikut:

1. Penelitian ini dilaksanakan bertepatan dengan adanya wabah covid-19 sehingga konsumen yang datang terbatas.
2. Penelitian ini terbatas hanya mengambil responden pada konsumen yang datang di ayam *rocket chicken* Lamongan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah dijelaskan di atas, maka saran yang dapat diberikan dan menjadi harapan bagi peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Bagi Pengelola ayam *rocket chicken* Lamongan dapat mengembangkan dengan menambah varian makan baru untuk menarik minat beli konsumen.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Bagi penelitian selanjutnya disarankan untuk:

- a. Menambah variabel lain seperti kualitas pelayanan, promosi dan suasana rumah makan yang dapat mempengaruhi Harga,

kualitas Produk dan Lokasi untuk memperkuat hasil analisis penelitian..

b. Menambah jumlah responden pada penelitian selanjutnya.

Daftar Pustaka

- Anwar, Iful dan Satrio, Budhi. (2015). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian
- Basu Swastha. 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip & Gary Amstrong. (2011). Principle Of Marketing. New Jersey: Prentice Hall.
- Latief, A. (2018). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Lokasi dan Promosi terhadap Minat Beli Konsumen pada Warung Wedang Jahe (Studi Kasus Warung Sido Mampir di Kota Langsa). *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(1), 90-99.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktik. Jakarta: Salemba Empat
- Malhotra, N. K., & Dash, S. (2006). *Marketing research: An applied orientation*. Pearson,.
- Sugiarto, B. U. (2014). Analisis Pengaruh Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Store Atmosphere Terhadap Minat Beli Di Dream Of Kahyangan Art Resto Surabaya. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 2(1), 1-14.
- Widajanti, E. (2017). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli (Studi Pada Konsumen Steak Moen Moen Di Surakarta). *Eksplorasi*, 29(2).

Lisa Febriyanti Valentino *) Adalah Alumni FEB Unisma

Nurhajati **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Budi Wahono ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma