

Pengaruh Lokasi Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bingsoo Café Kota Malang

Zarkasih Suryawan *)
M. Ridwan Basalamah **)
Rahmawati ***)

Email : 21801081198@unisma.ac.id

Universitas Islam Malang

Abstract

This research aims to determine and analyze the influence of: 1. Location on purchasing decisions. 2. Product Quality on Purchasing Decisions. 3. Service Quality and Price on Purchasing Decisions. The sampling technique used is a non- probability sampling technique, namely Accidental Sampling, which is a sampling method that is in accordance with the criteria in the research. This sample was determined using the Malhotra formula and data was obtained for 100 samples. The data analysis method used here is Multiple Linear Regression Analysis. It can be concluded that price has a negative and significant effect on purchasing decisions and product quality has a significant positive effect on purchasing decisions

Keywords: *Buying Decision, Location, Product Quality, Service Quality, Price*

Pendahuluan

Pertumbuhan penduduk Indonesia dipengaruhi oleh krisis ekonomi yang menyebabkan berkurangnya kesempatan kerja. Bahkan beberapa perusahaan di Indonesia telah mengurangi jumlah karyawannya. Untuk menghindari hal semacam ini, banyak pengusaha memutuskan untuk memulai bisnis hanya untuk mendapatkan penghasilan tambahan atau sebagai sumber pendapatan utama. Berbagai jenis sektor bisnis mulai bermunculan, seperti katering, *event organizer*, pariwisata, dan yang paling umum adalah industri kuliner. Perkembangannya dipengaruhi oleh tingkat ekonomi penduduk Indonesia. Hal ini terlihat dari menjamurnya usaha kuliner dengan berbagai konsep. Misalnya, konsep restoran keluarga, pedagang kaki lima, dan kafe. Prospek bisnis di bidang kuliner sangat menjanjikan karena menyediakan produk yang merupakan kebutuhan dasar setiap orang yaitu makanan. Perkembangan usaha cafe dapat dilihat melalui jumlah cafe dan UMKM yang ada di Malang dari tahun 2018 sampai tahun 2020 terus mengalami peningkatan jumlah UMKM dengan beranekaragam konsep dan ciri khas untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Berkaitan dengan hal tersebut, berikut adalah tabel UMKM yang ada di Kota Malang dari tahun 2018 sampai 2020.

No	Kecamatan di Kota Malang	Jumlah dan Tempat Usaha		
		2018	2019	2020
1	Lowokwaru	1114	1114	1112
2	Kedungkandang	1815	1815	1803
3	Blimbing	2656	2656	1670
4	Sukun	3409	3409	3674
5	Klojen	8027	8027	7812
Kota Malang		17021	17021	17071

Menurut (Kotler,2011) keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk.

Pemilihan lokasi mempunyai fungsi yang strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan usaha. Lokasi tempat, kedudukan secara fisik yang mempunyai fungsi strategis karena dapat ikut menentukan tercapainya tujuan badan usaha (Sriyadi,2011).

Kualitas produk sendiri menjadi faktor penentu saat mengambil keputusan pembelian. Semakin baik produk Anda, semakin banyak orang yang tertarik dan menginginkannya. Oleh karena itu, dalam proses jual beli barang dan jasa, orang akan memiliki gambaran apakah produk tersebut berkualitas baik atau tidak. Menurut Denny Irawan dan Edwin Japarianto, kualitas produk adalah serangkaian karakteristik produk dan layanan yang memenuhi kebutuhan masyarakat akan daya tahan, keandalan, keakuratan, kemudahan pemeliharaan, dan kombinasi karakteristik produk lainnya.

Kualitas layanan merupakan faktor penentu bagi perusahaan untuk konsumen. dapat memuaskan konsumen akan menimbulkan pembelian berulang sehingga penjualan pun meningkat. (Kotler, 2010:297). Semakin tinggi tingkat kualitas, maka semakin tinggi pula orang untuk membuat keputusan pelanggan. Lovelock, Wirtz, dan Mussry (2010:154) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai sesuatu yang secara konsisten dapat memenuhi atau melampaui harapan konsumen.

Selain itu harga juga merupakan suatu nilai barang maupun jasa yang diukur dengan jumlah uang untuk melakukan proses pembelian. Harga sendiri ada beberapa unsur yaitu daftar harga, diskon, syarat pembayaran, kredit, dan periode pembayaran. (Kotler dan Armstrong 2018:308).

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi jumlah yang terjual. Selain, itu harga juga tidak secara langsung mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual mempengaruhi biaya yang dikeluarkan untuk efisiensi produksi

Oleh karena itu lalu muncul pertanyaan apakah Lokasi, Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga putusan? Maka penulis coba meneliti apakah lokasi yang dipilih sudah strategis dan mudah diakses serta produk makanan tersebut apa benar berkualitas dengan pelayanan bagaimana yang termasuk baik atau tidak, lalu harga tersebut sudah terjangkau dan murah terhadap semua kalangan muda maupun tua di Kota Malang. Karena hal tersebut mempengaruhi minat konsumen untuk memutuskan membeli suatu produk di café Bingsoo.

Rumusan Masalah

1. Dengan cara penjelasan mengenai Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian yang relevan terhadap konsumen?
2. Dengan cara pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian?
3. Dengan pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian?
4. Dengan pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian?
5. Dengan pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian?

Manfaat Penelitian

1. Untuk Masyarakat Berkat penelitian ini, masyarakat dapat lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian
2. Bagi Universal Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kepustakaan dan dapat digunakan sebagai tambahan referensi peneliti sebelumnya.
3. Bagi Peneliti selanjutnya, Hal ini sangat berguna bagi para peneliti yang memasuki dunia bisnis, karena untuk melakukan bisnis harus mampu menghadapi banyaknya pesaing.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Lokasi

Alma (2003) mengemukakan bahwa Lokasi adalah tempat perusahaan beroperasi atau tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya.

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2005:49), “Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat”.

Kualitas Pelayanan

Pelayanan merupakan perilaku produsen dalam rangka memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. (Kotler, 2002: 83)

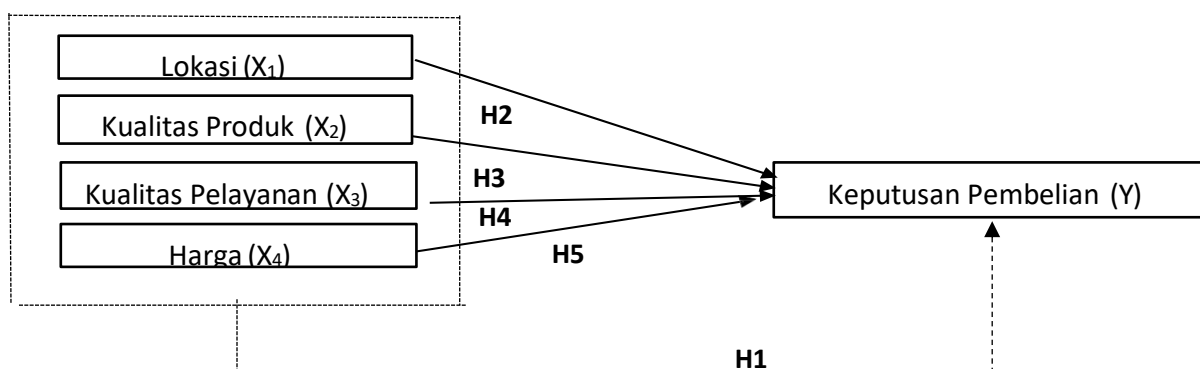
Harga

Menurut Swastha (2013:92), harga (price) adalah jumlah uang yang dibebankan atau dikenakan atas sebuah produk atau dengan kata lain harga merupakan sebuah nilai yang ditukarkan dengan produk yang dikehendaki konsumen.

Keputusan Pembelian

Menurut Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence*, *people*, *process*. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Kerangka Konseptual



Gambar 1.

Keterangan :

- > : Pengaruh secara Parsial
 - - - - -> : Pengaruh secara simultan

Hipotesis

H1 : Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian

H2 : Lokasi berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

H3 : Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

H4 : Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

H5 : Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Penelitian dilakukan di cafe Bingsoo yang berada di Kota Malang, Jawa Timur, Indonesia tepatnya di Jalan Songgoriti No 1 Lowokwaru. Yang dilaksanakan dari Oktober 2022 sampai Januari 2023.

Populasi dan Sampel

Konsumen Bingsoo cafe. Namun jumlahnya tidak diketahui secara pasti sehingga dalam penentuan sampel menggunakan Malhotra (2007) cara menentukan jumlah sampel penelitian yang tidak diketahui jumlahnya adalah dengan mengali setidaknya 4 atau 5 jumlah keseluruhan item pernyataan, Jadi $20 \times 5 = 100$

Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel bebas (independent) yang terdiri dari Lokasi (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kualitas Produk (X3), Harga (X4) Kemudian variabel terikatnya (dependen) yaitu keputusan pembelian (Y)

Definisi Operasional Variabel

- Lokasi adalah ruang dimana suatu perusahaan melakukan berbagai kegiatan untuk mendapatkan konsumen sasaran untuk membeli dan memperoleh produk.
- Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.
- Kualitas Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya.
- Harga adalah jumlah dibeban tau dikenakan atas sebuah produk atau dengan kata lain harga merupakan sebuah nilai ditukarkan dengan produk yang dikehendaki konsumen.
- Keputusan pembelian adalah proses mengevaluasi atau memilih produk atau jasa dimana konsumen melewati beberapa tahap dan akibatnya menghasilkan suatu perilaku pada konsumen untuk mengambil keputusan. tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan pada apapun.

Sumber dan Metode Pengumpulan Data

Sumber pengumpulan data dalam penelitian ini adalah yang didapatkan dengan cara menyebarkan kuesioner pada responden yakni konsumen Bingsoo Café di Kota Malang. Metode pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan menggunakan teknik penyebaran kuesioner, peneliti menyebarkan daftar item pernyataan kepada responden, dengan menggunakan skala *likert* dengan skor 1-5 untuk penilaiannya

Metode Analisis Data

Dalam menganalisa data peneliti menggunakan metode analisis statistik deskriptif dengan alat bantu analisis data yaitu SPSS yang digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh peneliti dari Kuesioner.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	R hitung	R tabel	Keterangan
Lokasi (X1)	X1.1	0,898	0,198	Valid
	X1.2	0,867		Valid
	X1.3	0,801		Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0,905	0,198	Valid
	X2.2	0,841		Valid
	X2.3	0,859		Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X2.4	0,810	0,198	Valid
	X3.1	0,578		Valid
	X3.2	0,618		Valid
Harga (X4)	X3.3	0,490	0,198	Valid
	X3.4	0,782		Valid
	X4.1	0,738		Valid
Keputusan Pembelian	X4.2	0,733	0,198	Valid
	X4.3	0,704		Valid
	X4.4	0,594		Valid
	Y1.1	0,761	0,198	Valid
	Y1.2	0,746		Valid
	Y1.3	0,714		Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2022

Berdasarkan tabel 1 diatas, menunjukkan bahwa hasil pengujian setiap variabel yang digunakan dalam penelitian ini valid. Hal ini dapat dibuktikan dari nilai r hitung $> r$ tabel, seluruh variabel menghasilkan r hitung $> 0,263$. Maka dapat disimpulkan bahwa instrumen setiap variabel dari penelitian ini adalah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Lokasi (X1)	0,815	Reliable
Kualitas Produk (X2)	0,873	Reliable
Kualitas Pelayanan (X3)	0,607	Reliable
Harga (X4)	0,632	Reliable
Keputusan Pembelian (Y)	0,613	Reliable

Berdasarkan Tabel 2, hasil penelitian uji reliabilitas, dapat dijelaskan bahwa semua variabel yaitu Kepuasan pelanggan (Y), kualitas pelayanan (X1), variasi menu (X2), dan harga (X3) dinyatakan reliabel karena nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
	Unstandardized Residual	
N	100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.39329099
Most Extreme Differences	Absolute	.063
	Positive	.043
	Negative	-.063
Test Statistic		.063
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data diolah SPSS, 2022

Hasil uji normalitas menggunakan uji *kolmogorov smirnov* memiliki nilai signifikansi sebesar 0.200 yang artinya $m > 0.05$. maka dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Uji Multikolonieritas

Hasil diatas menunjukkan bahwa nilai VIF variabel Lokasi (X1) 1,346 < 10 , Kualitas Produk(X2) 1,422 < 10 , Kualitas Pelayanan (X3) 1,101 < 10 dan Harga (X4) 1,021 < 10 berada pada nilai < 10 , dan nilai *tolerance* > 0.1 . Maka dapat disimpulkan bahwa didalam data tersebut tidak terdapat multikolonieritas.

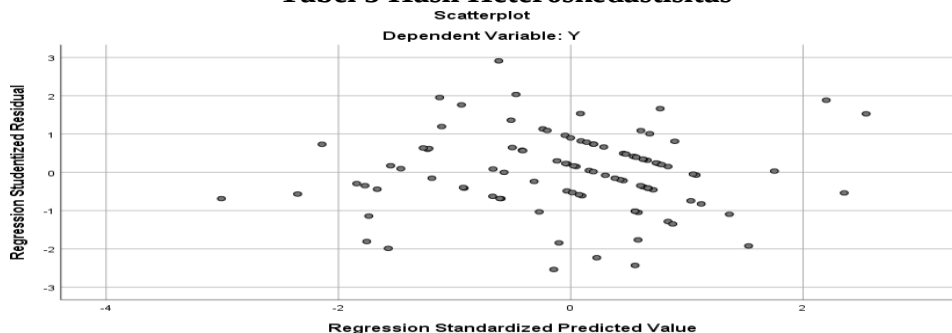
Tabel 4. Uji Multikolonieritas

Coefficients a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.151	1.885		1.671	.098		
Lokasi	.040	.097	.037	.417	.677	.743	1.346
Kualitas Produk	.019	.094	.018	.204	.838	.703	1.422
Kualitas Pelayanan	.054	.047	.091	1.141	.257	.908	1.101
Harga	.650	.076	.656	8.561	.000	.979	1.021

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 Hasil Heteroskedastisitas



Sumber: *output SPSS 26, 2022*

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa variabel bebas memiliki nilai signifikansi >0.05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 6. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.151	1.885		1.671	.098
Lokasi	.040	.097	.037	.417	.677
Kualitas Produk	.019	.094	.018	.204	.838
Kualitas Pelayanan	.054	.047	.091	1.141	.257
Harga	.650	.076	.656	8.561	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber: *output SPSS 26, 2022*

Berdasarkan dari tabel 6, dapat dibuat persamaan linear Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan pembelian.

Uji Simultan (Uji F)

Tabel 7. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	159.525	4	39.881	19.714	.000 ^b
Residual	192.185	95	2.023		
Total	351.710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X2, X3, X1

Berdasarkan tabel 7, Dasar pengambilan keputusan pembelian, jika nilai sig $<0,05$ maka hipotesis diterima, dan jika nilai sig $>0,05$ maka hipotesis ditolak. Hasil dari analisis uji simultan yang dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $0,000 <0,05$ maka (H1) diterima. Dimana dapat disimpulkan bahwa Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Harga (X4) secara simultan hasil dipengaruhi signifikansi terhadap keputusan pembelian pada Bingsoo café.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 8. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.151	1.885		1.671	.098
Lokasi	.040	.097	.037	.417	.677
Kualitas Produk	.019	.094	.018	.204	.838
Kualitas Pelayanan	.054	.047	.091	1.141	.257
Harga	.650	.076	.656	8.561	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Berdasarkan tabel 8, diatas maka didapatkan hasil uji t dari masing masing variabel sebagai berikut:

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah ada model regresi variabel bebas (*Independent*), seperti Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Harga (X4) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat (*Dependent*) Keputusan Pembelian (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 9. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.454	.431	1.422
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Lokasi				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

Berdasarkan tabel 9, diatas nilai *Adjusted R Square* Sebesar 0,454 atau 4,54%. Artinya semua pengaruh variabel bebas: Lokasi (X1), Kualitas Produk (X2), Kualitas Pelayanan (X3), dan Harga (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y) adalah 4,54% dan sisanya 5,46%. Dipengaruhi oleh suatu variabel yang tidak dipakai pada penelitian ini, yang diduga kuat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pengaruh Harga (X1) dan Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan penjelasan yang sudah dijelaskan bahwa keputusan pembelian merupakan variabel lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian. Akan diperjelas kembali di implikasi setiap variabel independen terhadap variabel dependen.

Pengaruh Lokasi (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji statistic variabel lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini bertolak belakang pada peneliti sebelumnya yang dilakukan oleh Anindya Rachma Andanawari (2014) yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Stove Syndicate Café Semarang) Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi.

Pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil uji statistic variabel kualitas pelayanan secara parsial tidak pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian ini tidak sejalan dengan penelitian sebelumnya milik Donal Andrinald (2016) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Kafe (Cafe Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Kubik Koffie Padang” Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk dan suasana kafe memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada coffee shop Kubik Koffie.

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Simpulan

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui apakah variabel lokasi, kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kesimpulan yang dapat diambil sebagai berikut:

- Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan pembelian.
- Lokasi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
- Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

- d. Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.
- e. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan yang harus dibenahi diantaranya sebagai berikut

Dari variabel” memiliki keterbatasan karena variabel” yang digunakan peneliti hanya Lokasi, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga. Sedangkan masih banyak faktor lain yang mempengaruhi Keputusan Pembelian.

Saran

peneliti memberi saran sebagai berikut:

- a. Bagi pihak perusahaan

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa Lokasi tidak terlalu berpengaruh, sedangkan untuk kualitas produk dan kualitas pelayanan sendiri disarankan lebih ditingkatkan lagi demi mempertahankan konsumen untuk melakukan pembelian. Dan untuk Harga sendiri diharapkan menjaga Harga agar stabil untuk kebaikan bingsoo café kedepannya

- b. Bagi peneliti selanjutnya

Diharapkan agar lebih memperluas jangkauan penelitian dengan menambahkan sampel dan mencari faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian

Referensi

- Arianty, Nel. "Pengaruh Kualitas pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Handphone Samsung." *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis* 16.2 (2016).
- Baskara, Isnain Putra, and Guruh Taufan Hariyadi. "Analisis pengaruh kepercayaan, keamanan, kualitas pelayanan dan persepsi akan resiko terhadap keputusan pembelian melalui situs jejaring sosial." *Studi pada Mahasiswa di Kota Semarang, Universitas Dian Nuswantoro, Semarang* (2014): 1-15.
- Daulay, Nurjannah. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada ayam penyet surabaya jl. dr. Mansyur Medan). *Diss. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara*, 2017.
- Donal, Andrinald. Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Suasana Kafe (Cafe Atmosphere) Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi (Coffee Shop) Kubik Koffie Padang. *Diss. Universitas Andalas*, 2016.
- Larosa, Septhani Rebeka, and Sugiarto SUGIARTO. Analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada warung-warung makan di sekitar Simpang Lima Semarang). *Diss. Universitas Diponegoro*, 2011.
- Suryani, Ade Nia, Sri Gustini, and Ika Rakhmalina. "Pengaruh persepsi terhadap keputusan konsumen di sekayu kabupaten musi banyuasin dalam memilih jasa ekspedisi j&t express." *Adminika* 5.2 (2019): 28-42.
- Wulansari, Esti. "Pengaruh cafe atmosphere dan harga terhadap keputusan pembelian pada pos shop Coffee Toffee Simpang." *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)* 2.3 (2014).
- Zakaria, Diapinsa Gema, and Suwitho Suwitho. "Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 6.4 (2017).

Zarkasih Suryawan *) Adalah Mahasiswa FEB Unisma

M. Ridwan Basalamah **) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma

Rahmawati ***) Adalah Dosen Tetap FEB Unisma