

PENGARUH LOKASI, HARGA, DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA LALULALANG CAFE DI SURABAYA

Shairen Octavia Mihing
Shairenmihing99@gmail.com
Budiyanto

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya

ABSTRACT

This research aimed to examine the effect of location, price, and product quality on customers' purchase decisions at Lalulalang cafe. this research used a quantitative method. Moreover, the population of this research used all the customers of the Lalulalang cafe. this research used the Non-Probability Sampling technique with an accidental sampling mode with 100 respondents. Beside, the data source of this research used primary data taken by a distribution questionnaire. On the other hand, this research's data analysis method used multiplier linier regressions analysis with SPSS program 25 version. The classic assumption test result through a normality test, multicollinearity test, heteroscedasticity test, the model feasible test used F test, and the coefficient determines that this research's regression model was feasible to use. Moreover, the descriptive research result explained that location, price, product quality, and purchase decision were included in good categories. Additionally, hypothesis test result showed that location, price, and product quality had positive and significant effects on customers' purchase decision at Lalulalang cafe. it indicated that location, price, and product quality would increase; therefore, it also increased the purchase decision.

Keyword: location, price, produk quality, purchase decision

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu seluruh pengunjung Lalulalang Cafe. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan Teknik Non Probability Sampling dengan model Accidental Sampling dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jenis data bersumber dari data primer yang didapatkan dari penyebaran kuisioner. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 25. Hasil penelitian uji asumsi klasik melalui uji normalitas, uji multikolinearitas dan uji heteroskedastisitas menunjukkan bahwa semua variabel yang digunakan dalam penelitian telah memenuhi syarat yang ditentukan. Sedangkan uji kelayakan model menggunakan uji F dan koefisien determinasi menyatakan model regresi pada penelitian layak digunakan. Hasil penelitian deskriptif menjelaskan bahwa lokasi, harga, kualitas produk, dan keputusan pembelian tergolong dalam kategori baik. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa lokasi, harga, dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Lalulalang Cafe, hal ini mengidentifikasi apabila lokasi, harga dan kualitas produk semakin meningkat maka akan meningkat pula keputusan pembelian.

Kata kunci: lokasi, harga, kualitas produk, keputusan pembelian

PENDAHULUAN

Perkembangan kuliner di dunia saat ini sangat berkembang pesat seiring dengan berjalannya waktu. Begitu pula yang terjadi di Indonesia, belakangan ini perkembangan kuliner di Indonesia sangat berkembang pesat. Persaingan bisnis dalam bidang kuliner sangat pesat terutama dalam bidang minuman, dimana saat ini banyak muda mudi yang hampir tiap hari mencari tempat untuk berkumpul yang nyaman, seperti halnya cafe. konsumen sangat berperan penting dalam bisnis, karena dengan banyaknya konsumen yang membeli produk maka akan menghasilkan sebuah profit atau kepuasan tersendiri bagi pembisnis. Penjual harus dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen, ada beberapa hal yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti lokasi yang nyaman dan bersih, harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diperoleh konsumen dan kualitas yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen.

Lalulalang Cafe merupakan salah satu cafe yang bergerak dalam bidang usaha minuman, yang berfokus pada minuman ber cup. Café ini terletak didaerah Pandugo, cafe ini menyediakan tempat outdoor maupun indoor. Cafe ini memiliki lokasi yang kurang strategis, dimana mengharuskan konsumen melewati gang untuk mencapainya. Berdasarkan pada fenomena yang terjadi bahwa adanya permasalahan yang dapat dibuktikan dari data penjualan Lalulalang Cafe selama bulan Januari hingga Juni 2020 yang mengalami ketidakstabilan penjualan.

Tabel 1
Data Penjualan Lalulalang Cafe

No.	Bulan	Target	Penjualan	Jumlah Konsumen
1.	Januari	Rp. 7.200.000	Rp. 4.800.000	400
2.	Februari	Rp. 7.200.000	Rp. 5.760.000	480
3.	Maret	Rp. 7.200.000	Rp. 3.600.000	300
4.	April	Rp. 7.200.000	Rp. 2.880.000	240
5.	Mei	Rp. 7.200.000	Rp. 4.320.000	360
6.	Juni	Rp. 7.200.000	Rp. 4.860.000	405
TOTAL			Rp. 26.220.000	

Sumber : Data Primer, 2020

Berdasarkan dari Tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa Lalulalang Cafe sedang mengalami ketidakstabilan penjualan. Hal ini dapat disebabkan dari masalah internal ataupun eksternal cafe. Penjualan masih belum mencapai target yang diharapkan yaitu Rp. 7.200.000, jika penjualan mengalami ketidakstabilan dan penurunan terus menerus maka dapat mengakibatkan tidak adanya pemasukan modal untuk membeli bahan baku, terhambatnya operasional perusahaan, serta dalam jangka panjang dapat mengalami kebangkrutan. Dilihat dari dampak yang akan terjadi, maka perlu adanya strategi untuk meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian sebagai berikut: (1) Apakah lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya? (2) Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya? (3) Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya? Dengan adanya rumusan masalah, maka tujuan penelitian sebagai berikut: (1) untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya. (2) untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya. (3) untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe di Surabaya.

TINJUAN TEORITIS

Pemasaran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:6), pemasaran adalah proses perusahaan membentuk nilai konsumen dan membangun hubungan yang erat dengan konsumen, tujuannya untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan. Menurut Stanton (1996:6), pemasaran merupakan keseluruhan sebuah system dari kegiatan usaha yang dipusatkan untuk merancang, menetapkan harga, mengiklankan, mendistribusikan jasa atau barang yang dapat memenuhi kebutuhan pembeli.

Manajemen Pemasaran

Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:6), menyatakan manajemen pemasaran adalah suatu kegiatan menganalisis, merencanakan, melaksanakan serta mengontrol program-program yang sudah direncanakan yang berhubungan dengan pertukaran yang diinginkan oleh konsumen yang dituju dengan tujuan memperoleh keuntungan bersama maupun individu. Menurut Kotler dan Keller (2016:27), menyatakan bahwa manajemen pemasaran yaitu kegiatan mengatur suatu Lembaga dan proses menciptakan, membicarakan, menyampaikan dan bertukar penawaran yang bernilai bagi konsumen.

Perilaku Konsumen

Menurut Sunyoto (2012:474), menyatakan perilaku konsumen merupakan kegiatan individu secara langsung terlibat dalam memperoleh dan menggunakan barang atau jasa yang didalamnya termasuk proses pengambilan keputusan . menurut Hasan (2013:161), menyatakan perilaku konsumen merupakan proses yang dapat dilihat Ketika seseorang atau kelompok melakukan pemilihan, pembelian, menggunakan produk atau jasa unruk memperoleh kepuasan dan memenuhi keinginan konsumen.

Lokasi

Menurut Manapiring dan Trang (2016:474), menyatakan lokasi merupakan gabungan antara tempat dan saluran distribusi yang berhubungan dengan bagaimana cara penyampaian kepada konsumen. Menurut Kasmir (2009:129), menyatakan lokasi merupakan tempat untuk melayani konsumen, atau diartikan sebagai tempat untuk memperlihatkan barang dagangan.

Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345), harga merupakan beberapa uang yang diberikan atas produk atau jasa, atau sejumlah nilai uang yang ditukarkan konsumen agar mendapatkan manfaat atau keuntungan dari menggunakan produk atau jasa. Menurut Mowen dan Minor (2002:318), harga merupakan atribut yang penting dalam proses evaluasi konsumen dan manajer harus menyadari peran tersebut guna membangun sikap konsumen.

Kualitas produk

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:272), kualitas produk merupakan sarana penempatan utama pemasar. Menurut Hansen dan Mowen (2012:61), kualitas produk merupakan tahapan evaluasi menyeluruh pada pelanggan atas kinerja suatu barang atau jasa.

Keputusan Pembelian

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181), keputusan pembelian merupakan tahapan-tahapan yang terdapat didalam proses pengambilan keutusan pembelian dimana konsumen benar-benar ingin membeli. Menurut Tjiptono (2012:193) keputusan pembelian adalah proses yang dilakukan konsumen untuk mengenal masalahnya, mendapatkan dan mencari informasi mengenai merek atau produk tertentu, dan melakukan evaluasi sebaik-baiknya alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya, lalu melakukan keputusan pembelian.

Penelitian Terdahulu

Adipramita dan cempena (2019) meneliti mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Hasil dari penelitian ini

menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Gama *et al* (2016) meneliti mengenai Pengaruh Lokasi, Fasilitas, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi, fasilitas dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

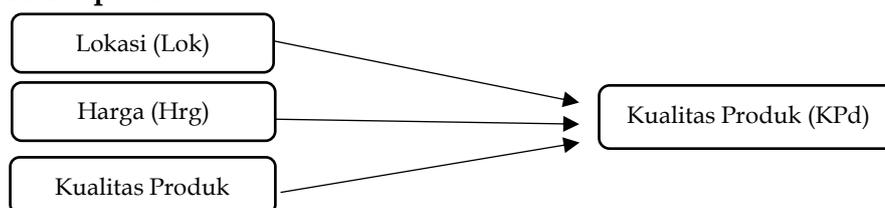
Puspitasari *et al* (2017) meneliti mengenai Pengaruh Harga, Keunggulan Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sedangkan Keunggulan Produk dan Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Ansori (2020) meneliti mengenai Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh positif dan tidak signifikan, sedangkan harga dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Aziz (2019) meneliti mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan. Sedangkan harga dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rawung *et al* (2015) meneliti mengenai Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan merek dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rerangka Konseptual



Gambar 1
Rerangka Konseptual

Pengembangan Hipotesis

H₁ : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

H₂ : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

H₃ : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian dan Gambaran Dari Populasi (Objek) Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuisioner. Menurut Sugiyono (2014:23) penelitian kuantitatif merupakan metode dalam penelitian berdasarkan pada kenyataan, gejala ataupun fenomena yang mungkin dapat digunakan meneliti populasi tertentu. Tujuan dari penelitian ini untuk menemukan hubungan antara variabel dan objek dalam penelitian yang bersifat sebab akibat.

Gambaran dari Populasi Penelitian

Populasi yang digunakan peneliti pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen atau pengunjung Lalulalang Cafe. Melihat dari banyaknya pelanggan sehingga tidak diketahui jumlahnya maka populasi dalam penelitian ini sulit dicari batasannya.

Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono (2014:149) sampel adalah bagian yang terdiri dari karakteristik dan jumlah yang di miliki oleh suatu populasi. Melihat banyaknya populasi sehingga tidak diketahui jumlahnya secara pasti atau disebut bersifat infinite. Dengan populasi yang tidak

diketahui jumlahnya, maka jumlah dari sampel ditentukan menggunakan formula lemeshow. Teknik sampel yang digunakan yaitu pendekatan non probability sampling, pendekatan ini adalah sebuah teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama pada seluruh sampler untuk dipilih menjadi sampel. Pengambilan sampel dalam model accidental sampling, yang dimana saat mengunjungi Lalulalang Cafe yang kebetulan bertemu dengan peneliti sebanyak 100 orang kemudian dijadikan sebagai sampel atau sumber data dengan syarat memenuhi kriteria yang telah ditentukan yaitu sampel merupakan konsumen di Lalulalang Cafe dan berusia 17 tahun keatas.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini jenis data yang digunakan yaitu data subyek dan sumber data yang digunakan yaitu data primer. Data yang diperoleh, dikumpulkan, dan diolah secara langsung dari para responden melalui kuisioner yang telah disebarakan kepada pengunjung Lalulalang cafe.

Variabel dan Definisi Operasional Variabel

Variabel

Berdasarkan kerangka konseptual yang telah disusun, variabel dalam penelitian ini meliputi: (a) Variabel independen : Lokasi, Harga dan Kualitas Produk. (b) Variabel dependen: Keputusan Pembelian.

Definisi Operasional Variabel

Lokasi (Lok)

Lokasi merupakan hal yang penting dalam sebuah bisnis, lokasi yang tepat memudahkan Lalulalang Cafe dalam menyalurkan produknya kepada konsumen dengan mudah dan cepat. Peneliti mendasarkan kepada pendapat Barry dan Evans (2004:455) dan Tjiptono (2010:183) indikator untuk mengukur lokasi yaitu: (a) Eksterior (b) Interior (c) Kedekatan lokasi.

Harga (Hrg)

Harga adalah nilai uang yang ditagihkan kepada konsumen cafe guna digantikan menjadi sebuah barang atau jasa yang akan menghasilkan manfaat bagi konsumen saat digunakan. Harga digunakan sebagai alat tukar konsumen untuk memperoleh minuman yang disediakan oleh Lalulalang Cafe. Peneliti mendasarkan kepada pendapat Kotler dan Armstrong (2012:278) indikator untuk mengukur harga yaitu: (a) Keterjangkauan harga (b) Ketepatan harga terhadap produk (c) Kemampuan saing harga (d) Ketepatan harga terhadap manfaat (e) Keluasan proses pembayaran.

Kualitas Produk (Kpd)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya dan memberikan hasil yang maksimal atau melebihi harapan konsumen. Apabila suatu produk dapat memberikan hasil akhir yang dapat memenuhi keinginan konsumen maka konsumen tidak akan ragu dalam mengambil keputusan dalam membeli minuman pada Lalulalang Cafe. Peneliti mendasarkan kepada pendapat Tjiptono (2001:25) indikator untuk mengukur kualitas produk yaitu : (a) Kinerja (b) Keistimewaan tambahan (b) Keandalan (c) Daya tahan.

Keputusan Pembelian (KP)

Keputusan pembelian yaitu tindakan yang dilakukan oleh konsumen saat melakukan pembelian pada Lalulalang Cafe. Keputusan pembelian ini disukai oleh konsumen karena banyak alternatif dalam pemilihan sehingga konsumen dapat menghasilkan keputusan untuk membeli atau tidak. Peneliti mendasarkan kepada pendapat Kotler dan Keller dalam terjemahan Molan (2007:181) indikator untuk mengukur keputusan pembelian yaitu : (a)

Kestabilan pada produk (b) Kebiasaan dalam membeli suatu produk (c) Pembelian ulang (d) Memberi referensi kepada orang lain.

Dalam penelitian ini alat pengukur variabel yang digunakan yaitu Skala Likert. Skala Likert berisikan pertanyaan yang dijawab dengan rentang skala 1-5 dan mempunyai bobot sebagai berikut:

Tabel 2
Skala Likert

No.	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Cukup Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : Data Sekunder, 2014

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini digunakan untuk mengukur ketepatan dan sejauh mana item pernyataan yang digunakan untuk menguji model penelitian. Kuisisioner dapat dikatakan valid apabila seluruh pertanyaan dalam kuisisioner dapat mengungkapkan sesuatu yang telah diukur pada kuisisioner. Instrument dikatakan valid apabila r hitung $\geq r$ tabel dan dikatakan tidak valid apabila r hitung $\leq r$ tabel. Taraf signifikannya yaitu kurang dari 5% (*level of significance*) yang berarti pernyataan-pernyataan yang ada pada kuisisioner sah dan valid sebagai indikator.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur kuisisioner. Kuisisioner dikatakan reliabel apabila jawaban konsisten secara terus menerus (Ghozali, 2016:47). Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode *Cronbach Alpha* dengan program SPSS. Variabel dikatakan reliabel apabila mempunyai nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0,70.

Teknik Analisis Data

Analisis Statistik Deskriptif

Menurut Somantri dan Muhidin (2006:19) menyatakan statistik deskriptif didalamnya membahas cara pengumpulan data, menyimpulkan dan menyajikan angka penelitian yang diperoleh, serta penyebaran data guna memperoleh informasi berguna. Teknik ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar skor jawaban dan mendeskripsikan hasil yang telah diperoleh sesuai dengan variabel penelitian.

Analisis Statistik Inferensial

Analisis statistik inferensial merupakan proses mengambil kesimpulan data secara sedikit yang kemudian dijadikan kesimpulan umum untuk populasi atau generalisasi. Dalam penelitian ini statistik inferensial yang akan digunakan adalah analisis regresi berganda, uji asumsi klasik, uji kelayakan model, dan uji hipotesis.

Menentukan Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda merupakan teknik mendeskripsikan pengaruh linier antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Model regresi linear berganda deterministik dinyatakan dengan rumus sebagai berikut :

$$KP = \alpha + \beta_1 Lok + \beta_2 Hrg + \beta_3 KPd$$

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas yaitu proses uji yang dilakukan untuk menguji variabel-variabel yang dipakai dalam model regresi memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan pendekatan *Kolmogorov Smirnov* menurut Santoso (2011:214) dasar pengambilan keputusan yaitu: (a) Jika nilai signifikansi $\geq 0,05$ maka data penelitian berdistribusi normal (b) Jika nilai signifikansi $\leq 0,05$ maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Sedangkan, uji normalitas menggunakan pendekatan grafik diisyaratkan dengan distribusi data penelitian harus mengikuti garis diagonal antara 0 dan pertemuan antara sumbu X dan Y. Apabila penyebaran data (titik) diseputar sumbu diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka regresi memenuhi asumsi normalitas (Santoso, 2011:214).

Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi terdapat korelasi antar variabel independen (Ghozali, 2016:103). Adapun cara mendeteksi tidak adanya multikolinieritas pada model regresi, dengan melihat nilai dari *tolerance* dan *variance inflation factor* (VIF) sebagai berikut: (a) Jika nilai *tolerance* $\leq 0,10$ dan *VIF* ≥ 10 , maka adanya korelasi yang begitu besar antar satu variabel independen dengan variabel independen yang lain sehingga terjadi multikolinieritas. (b) Jika nilai *tolerance* $\geq 0,10$ dan *VIF* ≤ 10 , maka tidak terjadinya multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini bertujuan menguji adakah heteroskedastisitas pada model regresi linier berganda dengan melihat grafik scatterplot. Menurut pendapat Ghozali (2016:139) dasar analisis agar melihat ada atau tidaknya heteroskedastisitas sebagai berikut: (a) Jika adanya plot tertentu seperti titik-titik membentuk pola tertentu secara teratur seperti menyempit, melebar dan bergelombang maka dapat mengindikasikan terjadinya heteroskedastisitas (b) Jika pola tidak membentuk secara teratur dan titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadinya heteroskedastisitas.

Uji Kelayakan Model

Uji F

Dalam penelitian ini uji F digunakan guna menguji kelayakan model yang dihasilkan menggunakan taraf signifikan sebesar 0,05 atau 5%. Adapun kriteria dalam pengujian ini sebagai berikut: (a) apabila nilai sig F $\geq 0,05$ maka variabel lokasi, harga dan kualitas produk tidak layak digunakan sebagai model penelitian (b) apabila nilai sig F $\leq 0,05$ maka variabel lokasi, harga dan kualitas produk layak digunakan sebagai model penelitian.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada penelitian ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variasi variabel dependen. Uji ini merupakan pengujian data yang dilakukan agar menentukan pengaruh semua variabel independen (bebas) terhadap variabel dependen (terikat). Apabila R² mendekati 1 atau 1, maka kontribusi dari lokasi, harga dan kualitas produk semakin besar terhadap keputusan pembelian sehingga model layak digunakan. Dan apabila R² mendekati 0, maka kontribusi dari lokasi, harga dan kualitas produk semakin kecil terhadap keputusan pembelian sehingga model tidak layak digunakan.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis dalam penelitian ini yaitu uji t, dimana uji t bertujuan untuk menguji signifikansi pengaruh variabel lokasi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan variabel bebas secara individual mampu menerangkan variasi variabel terikat secara jauh. Nilai signifikan yang digunakan sebesar 0,05 atau 5%. Adapun kriteria dalam hasil penolakan ataupun penerimaan sebagai berikut; (a) apabila nilai signifikansi $t \geq 0,05$, maka hipotesis penelitian akan ditolak yang artinya secara parsial lokasi, harga, dan kualitas produk

berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian (b) apabila nilai signifikansi $t \leq 0,05$, maka hipotesis penelitian akan diterima yang artinya secara parsial lokasi, harga, dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel 3
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pernyataan	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Lokasi (Lok)	Lok1	0,792	0,196	Valid
	Lok2	0,886	0,196	Valid
	Lok3	0,810	0,196	Valid
	Lok4	0,805	0,196	Valid
	Lok5	0,677	0,196	Valid
Harga (Hrg)	Hrg1	0,587	0,196	Valid
	Hrg2	0,599	0,196	Valid
	Hrg3	0,525	0,196	Valid
	Hrg4	0,471	0,196	Valid
	Hrg5	0,527	0,196	Valid
	Hrg6	0,486	0,196	Valid
	Hrg7	0,423	0,196	Valid
	Hrg8	0,556	0,196	Valid
Kualitas Produk (Kpd)	Hrg9	0,694	0,196	Valid
	KPd1	0,703	0,196	Valid
	KPd2	0,726	0,196	Valid
	KPd3	0,583	0,196	Valid
	KPd4	0,607	0,196	Valid
	KPd5	0,670	0,196	Valid
Keputusan Pembelian (KP)	KPd6	0,659	0,196	Valid
	KP1	0,684	0,196	Valid
	KP2	0,682	0,196	Valid
	KP3	0,741	0,196	Valid
	KP4	0,665	0,196	Valid
	KP5	0,650	0,196	Valid

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 3 diatas menyatakan bahwa seluruh pernyataan yang digunakan dalam mengukur variabel lokasi, harga, kualitas produk dan keputusan pembelian dinyatakan valid. Hal ini dikarenakan seluruh pernyataan memperoleh nilai rhitung lebih besar dari rtabel. R tabel didapatkan dari rumus yang tersedia yaitu $df = n-2$, dengan tingkat signifikansi (α) sebesar 0,05 atau 5%. Jadi dari $100-2= 98$, maka nilai rtabel nya adalah 0,1966.

Uji Reliabilitas

Tabel 4
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Lokasi	0,856	Reliabel
Harga	0,704	Reliabel
Kualitas Produk	0,736	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,713	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Pada Tabel 4 menunjukkan bahwa setiap variabel memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,70. Maka dapat disimpulkan setiap pernyataan dari tiap variabel dikatakan reliabel dan layak untuk digunakan.

Hasil Statistik Deskriptif

Deskriptif Statistik Responden

Pada penelitian ini terdapat 100 responden yang merupakan pengunjung Lalulalang Cafe. Karakteristik responden sebagai subjek penelitian diuraikan menjadi beberapa karakteristik, meliputi jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Adapun uraian tersebut, sebagai berikut:

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 5
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki - Laki	63	63%
Perempuan	37	37%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 6
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17 - 22 Tahun	48	48%
23 - 28 Tahun	36	36%
29 - 34 Tahun	10	10%
>35 Tahun	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Tabel 7
Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/ Mahasiswa	55	55%
Pegawai Swasta	37	37%
Wiraswasta	5	5%
Lainnya	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Deskripsi Tanggapan Responden

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Lokasi (Lok)

Tabel 8
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Lokasi (Lok)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Lok1	22	41	22	11	4	366	3,66
2	Lok2	32	36	17	5	10	375	3,75
3	Lok3	27	34	25	13	1	373	3,73
4	Lok4	31	36	21	11	1	385	3,85
5	Lok5	27	37	26	6	4	377	3,77
Total							1876	3,75

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Harga (Hrg)

Tabel 9
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Harga (Hrg)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		SS	S	CS	TS	STS		
1	Hrg1	28	35	23	12	2	375	3,75
2	Hrg2	22	33	32	10	3	361	3,61
3	Hrg3	36	40	20	2	2	406	4,06
4	Hrg4	23	51	24	2	0	395	3,95
5	Hrg5	19	46	28	7	0	377	3,77
6	Hrg6	30	55	13	2	0	413	4,13
7	Hrg7	26	50	22	2	0	400	4

8	Hrg8	37	46	13	4	0	416	4,16
9	Hrg9	25	43	20	5	7	374	3,74
Total							3121	3,91

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kualitas produk (Kpd)

Tabel 10
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Kualitas produk (Kpd)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		SS	S	CS	TS	STS		
1	KPd1	19	53	25	2	1	387	3,85
2	KPd2	26	50	22	2	0	400	4
3	KPd3	21	52	23	4	0	390	3,9
4	KPd4	20	56	21	3	0	393	3,93
5	KPd5	28	52	13	5	2	399	3,99
6	KPd6	20	50	23	5	2	381	3,81
Total							2350	3,92

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Keputusan Produk (KP)

Tabel 11
Tanggapan Responden Berkaitan Dengan Keputusan Produk (KP)

No	Pernyataan	Frekuensi					Total	Mean
		SS	S	CS	TS	STS		
1	KP1	16	49	24	11	0	370	3,7
2	KP2	13	37	35	10	5	343	3,43
3	KP3	22	35	31	8	4	363	3,63
4	KP4	20	46	23	8	3	372	3,72
5	KP5	22	36	25	13	4	359	3,59
Total							1807	3,61

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Hasil Analisis Inferensial Hasil Regresi Linier Berganda

Tabel 12
Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Sdt. Error	Beta			
	1	(Constant)	2,289	3,013		
	Lok	,152	,075	,193	2,017	,046
	Hrg	,159	,072	,205	2,224	,028
	KPd	,312	,106	,285	2,942	,004

a. Dependent Variable: TotalKP

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Tabel 12 menunjukkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut:

$$KP = 2,289 + 0,152 \text{ Lok} + 0,159 \text{ Hrg} + 0,312 \text{ Kpd}$$

Adapun hasil dari persamaan regresi linier berganda diatas menjelaskan pengertian bahwa:

- Nilai konstanta sebesar 2,289. Hal ini menunjukkan jika lokasi, harga dan kualitas produk bersifat konstan atau tetap, maka nilai keputusan pembelian sebesar 2,289.
- Nilai koefisien regresi variabel lokasi (Lok) sebesar 0,152 dan bernilai positif yang berarti menunjukkan bahwa variabel lokasi memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini memiliki arti jika lokasi meningkat maka tingkat keputusan pembelian akan mengalami kenaikan pada konsumen Lalulalang. Maka dengan adanya lokasi yang ditawarkan akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen Lalulalang Cafe.

- c. Nilai koefisien regresi variabel harga (Hrg) sebesar 0,159 dan bernilai positif yang berarti menunjukkan bahwa variabel harga memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini memiliki arti jika harga meningkat maka tingkat keputusan pembelian akan mengalami kenaikan pada konsumen Lalulalang Cafe. Maka dengan adanya harga yang ditawarkan akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen Lalulalang Cafe.
- d. Nilai koefisien regresi variabel kualitas produk (Kpd) sebesar 0,312 dan bernilai positif yang berarti menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki hubungan searah dengan keputusan pembelian. Hal ini memiliki arti jika kualitas produk meningkat maka tingkat keputusan pembelian akan mengalami kenaikan pada konsumen Lalulalang Cafe. Maka dengan adanya kualitas produk yang ditawarkan akan berpengaruh pada keputusan pembelian konsumen Lalulalang Cafe.

Hasil Uji Asumsi Klasik
Hasil Uji Normalitas

Tabel 13
Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

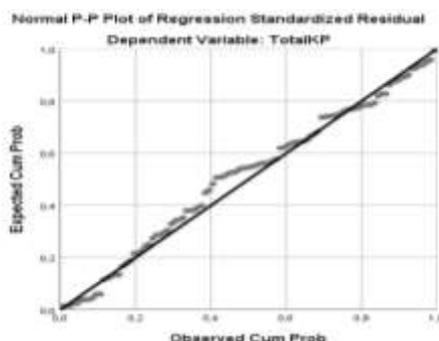
		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	18,0700000
	Std. Deviation	1,67928127
Most Extreme Differences	Absolute	,071
	Positive	,063
	negative	-,071
Test Statistic		,071
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal
- b. Calculated from data.

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 13 diatas, memperlihatkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 yang berarti di atas 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal dan layak untuk digunakan sebagai penelitian.

Hasil uji normalitas dengan metode pendekatan grafik dengan program SPSS versi 25.0 sebagai berikut:



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 3
Uji Normalitas Grafik P-P Plot

Berdasarkan pada hasil diatas dapat dilihat bahwa penyebaran data (titik) disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian telah berdistribusi normal maka dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 14
Hasil Uji Multikolinearitas

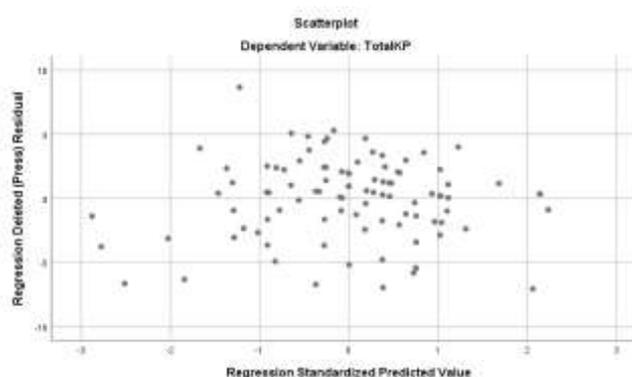
Model	Collinearity Statistics		Keterangan
	Tolerance	VIF	
1 (Constant)			
TotalLok	,867	1,154	Tidak Terjadi Multikolinearitas
TotalHrg	,933	1,072	Tidak Terjadi Multikolinearitas
TotalKPd	,818	1,222	Tidak Terjadi Multikolinearitas

a. Dependent Variable: TotalKP

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 14 diatas dapat disimpulkan tidak terjadinya multikolinearitas atau tidak terjadinya korelasi antar variabel lokasi, harga dan kualitas produk. Sehingga semua variabel independen dalam penelitian ini bebas multikolinearitas dan dapat digunakan dalam penelitian.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Primer diolah, 2021

Gambar 4

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil diatas titik-titik tersebar secara acak maka dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam memprediksi keputusan pembelian berdasarkan variabel yang mempengaruhi yaitu lokasi, harga dan kualitas produk.

Hasil Uji Kelayakan Model

Hasil Uji F

Tabel 15
Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	279,179	3	93,060	10,229	,000 ^b
	Residual	873,331	96	9,097		
	Total	1152,510	99			

a. Dependent Variable: TotalKP

b. Predictors: (Constant), TotalKPd, TotalHrg, TotalLok

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada Tabel 15 diatas, dapat dilihat bahwa nilai Fhitung sebesar 10,229 dengan tingkat signifikan sebesar 0,000 sehingga Fhitung 10,229 > Ftabel 2,70 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 yang berarti bahwa model regresi layak untuk digunakan. Artinya secara bersama-sama (simultan) variabel lokasi, harga dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Lalulalang Cafe. Hasil ini

mengidentifikasi naik turunnya keputusan pembelian di Lalulalang Cafe ditentukan oleh lokasi, harga dan kualitas produk.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 16
Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,492 ^a	,242	,219	3,016

a. Predictors: (Constant), TotalKpd, TotalHrg, TotalLok

b. Dependent Variable: TotalKP

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan Tabel 16 diatas dapat dilihat bahwa hasil dari R Square sebesar 0,242 atau 24,2%. Dapat disimpulkan bahwa besarnya pengaruh lokasi harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 24,2% dan sisanya 75,8% dapat dipengaruhi oleh faktor-faktor lain dalam variabel lainnya. Nilai R2 sebesar 0,242 berada pada $0 < 0,242 < 1$.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Tabel 17
Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Model	t	Sig.	Keterangan
1 (Constant)	,760	,449	Signifikan
TotalLok	2,017	,046	Signifikan
TotalHrg	2,224	,028	Signifikan
TotalKpd	2,942	,004	Signifikan

a. Dependent Variable: TotalKP

Sumber : Data Primer diolah, 2021

Berdasarkan pada hasil uji t pada Tabel 17, dapat diuraikan sebagai berikut:

- Hasil uji statistik t pada variabel lokasi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,046 sehingga $< 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) yaitu lokasi diterima yang berarti variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe. Artinya, semakin meningkatnya lokasi, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.
- Hasil uji statistik t pada variabel harga memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,028 sehingga $< 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) yaitu harga diterima yang berarti variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe. Artinya, semakin meningkatnya harga, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.
- Hasil uji statistik t pada variabel kualitas produk memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004 sehingga $< 0,05$ hasil ini menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) yaitu kualitas produk diterima yang berarti variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe. Artinya, semakin meningkatnya kualitas produk, maka keputusan pembelian akan mengalami peningkatan.

PEMBAHASAN

Lokasi Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Lokasi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Dengan memperhatikan lokasi agar selalu bersih dan desain interior yang bagus akan meningkatkan kenyamanan serta ketertarikan konsumen, sehingga akan meningkatnya keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu setiap usaha atau perusahaan perlu memperhatikan lokasi agar meningkatkan ketertarikan dan pembelian konsumen serta kenyamanan saat menawarkan suatu produk.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Adipramita dan Cempena (2019) dan Gama *et al* (2016) yang menyatakan bahwa lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Hardiansyah *et al* (2019) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Harga Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Sehingga dengan harga yang sesuai pada manfaat dan mutu yang tinggi dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Ansori (2020) dan Aziz (2019) bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun tidak sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Puspitasari *et al* (2017) menyatakan bahwa harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kualitas Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas produk yang ditawarkan Lalulalang Cafe sesuai dengan harapan konsumen sehingga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Hasil penelitian ini sejalan dengan hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Buyung *et al* (2016) dan Kodu (2013) bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. namun tidak sejalan dengan hasil penelitian oleh Aziz (2019) menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut: (1) Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Hal ini berarti bahwa lokasi yang nyaman, bersih dan kedekatan tempat akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (2) Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Lalulalang Cafe. Hal ini berarti bahwa harga yang terjangkau, ketepatan harga serta harga yang sesuai dengan manfaat yang diperoleh menjadi faktor konsumen membeli produk Lalulalang Cafe. Artinya semakin tepat penempatan harga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (3) Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe. Hal ini berarti bahwa produk yang memiliki kualitas yang baik akan memberikan manfaat yang lebih bagi konsumen, seperti dari segi rasa, ketahanan produk dan ciri khas produk yang dimiliki Lalulalang Cafe. Sehingga dengan kualitas produk yang baik akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe.

Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini adanya keterbatasan-keterbatasan yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya, sebagai berikut: (1) Dalam penelitian ini hanya menggunakan 3 (tiga) variabel independen yaitu lokasi, harga dan kualitas produk, sedangkan masih terdapat banyak faktor-faktor lain yang dapat digunakan sebagai variabel yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian. (2) Penelitian ini menggunakan hasil tanggapan responden dari kuisioner yang disebar pada Lalulalang Cafe, tanpa adanya wawancara yang dapat memberikan informasi lebih banyak.

Saran

Berdasarkan pada hasil penelitian mengenai pengaruh lokasi, harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada Lalulalang Cafe, terdapat saran yang dapat penulis berikan sebagai berikut: (1) Bagi Lalulalang Cafe sebaiknya dapat mengamati lokasi seperti interior, eksterior dan kedekatan lokasi pada konsumen Lalulalang Cafe, karena hal tersebut dapat membuat konsumen merasa nyaman dan tertarik sehingga meningkatkan keputusan pembelian konsumen. (2) Bagi Lalulalang Cafe sebaiknya mempertahankan harga sesuai dengan manfaat yang dihasilkan serta dapat menyesuaikan harga dengan kualitas produk agar dapat bersaing dengan Cafe sejenis. (3) Bagi Lalulalang Cafe sebaiknya mempertahankan kualitas produk seperti rasa yang konsisten, ketahanan produk, serta ciri khas yang dimiliki Lalulalang Cafe agar tidak kalah dalam bersaing dengan Cafe sejenis lainnya. (4) Bagi peneliti berikutnya sebaiknya mengembangkan penelitian dengan menggunakan faktor-faktor lain yang belum digunakan dan menambah variabel bebas yang mungkin belum ada dalam penelitian ini guna diteliti adanya pengaruh terhadap keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Adipramita, V. dan I. Cempena. B. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran Lamongan. *Jurnal Ekonomi Manajemen* 4(1): 80-90.
- Ansori, P. B. 2020. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Cv. Zafira Teknik Pekanbaru. *Eko Dan Bisnis: Riau Economic and Business Review*.
- Aziz, N. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (Amdk) Merek Aicos Produksi PT. Bumi Sarimas Indonesia. *Jurnal Pundi* 1(1): 1-9.
- Barry, B. dan J. Evans. 2004. *Retail Management*. Ninth Edition. Pearson Education International. New Jersey. Terjemahan L. Salim. 2014. *Manajemen Ritel*. Edisi Sembilan. Pearson. Jakarta.
- Buyung, S. 2016. Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Semen Tiga Roda Di Toko Lico. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi* 16(4): 376-386.
- Gama, A. W. S., N. W. Rustiarini., dan N. P. N. Anggraini. 2016. Pengaruh Lokasi, Fasilitas dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pasar Seni Guwang Sukawati). *Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Mahasaraswati* 10(2): 22-30.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi Kedelapan. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hansen, D. R. dan M. M. Mowen. 2012. *Manajemen Accounting*. 7th. Terjemahan D. A. Kwary. *Akutansi Manajemen*. Edisi Kedelapan. Buku satu. Salemba Empat. Jakarta.
- Hardiansyah, F., M. Nuhung., dan I. Rasulong. 2019. Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makasar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis* 3(1): 90-107.
- Hasan, A. 2013. *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Cetakan Kedua. CAPS. Yogyakarta.
- Kasmir. 2009. *Pengantar Manajemen Keuangan*. Edisi Kedua. Kencana. Jakarta.
- Kodu, S. Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza. *Jurnal EMBA* 1(3): 1252-1259.
- Kotler, P. dan G. Armstrong. 2008. *Principle Of Marketing*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Sabran. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas. Jilid 1 dan 2. Erlangga. Jakarta.

- _____. dan _____. 2012. *Principle Of Marketing*. Thirteenth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan A. Sindoro. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Ketiga Belas. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan K. L. Keller. 2007. *Marketing Management*. Twelfth Edition. Prentice Hall. USA. Terjemahan B. Molan. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid 2. PT indeks kelompok Gramedia. Jakarta.
- _____. dan _____. 2016. *Marketing Management*. Fifteenth Edition. Pearson Education Inc. USA. Terjemahan S. Bob. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kelimabelas. Jilid 2. Erlangga. Jakarta.
- Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2011. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Manampiring, A. F. dan I. Trang. 2016. Pengaruh Produk, Harga, Promosi dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian Mobil di PT. Astra International TBK Malalayang. *Jurnal EMBA* 4(1): 472-483.
- Mowen, J. C. dan Minor. 2002. *Customer Behavior*. 5th ed. Prentice Hall. New Jersey. Terjemahan D. K. Yahya. 2002. *Perilaku Konsumen*. Edisi Kelima. Erlangga. Jakarta.
- Puspitasari, A., R. D. Astuti., dan Kurnianti. 2017. Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Fumigasi (STUDI KASUS PT. SUCOFINDO CABANG SEMARANG). *Jurnal JOBS* 3(1): 51-62.
- Rawung, D. R., S. Oroh., dan J. S. Sumarauw. 2015. Analisis Kualitas Produk, Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada Pt. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3(3): 1298-1308.
- Santoso, S. 2011. *Riset Pemasaran Dan Aplikasi SPSS*. Cetakan Pertama. PT. Alex Media Komputindo. Jakarta.
- Somatri, A. dan S. A. Muhidin. 2006. *Aplikasi Statistika dalam Penelitian*. Pustaka Setia. Yogyakarta.
- Stanton, W. 1996. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid Kedua. Edisi Ketujuh. Erlangga. Jakarta.
- Sugiyono. 2014. *Statistika Untuk Penelitian*. Cetakan Pertama. Alfabeta. Bandung.
- Sunyoto, D. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Cetakan Pertama. PT Buku Seru. Jakarta.
- Tjiptono, F. 2001. *Manajemen Jasa*. Edisi Kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2010. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Andy Offset. Yogyakarta.
- _____. 2012. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kelima. Andy Offset. Yogyakarta.