

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA, LOKASI DAN FASILITAS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
(Studi Kasus Pada Quick Chicken Jalan Jawa Jember)**

Herawati Yulandari (1310411153)¹

Seno Sumowo, SE. M.M²

Wahyu Eko S, SE. M.M³

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi,

Universitas Muhammadiyah Jember

Jln. Karimata No. 49, Telp (0331) 336728, Jember

E-mail : herawatiyulandari11@gmail.com

Abstrak

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh kualitas produk, harga, lokasi, dan fasilitas Terhadap keputusan pembelian Pada *Quick Chicken* Jalan Jawa Jember. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk, harga, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial. Jenis penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan sampel 50 orang responden. Adapun sifat dari penelitian adalah penjelasan (*explanatory*). Hasil uji yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel produk, harga, lokasi, dan fasilitas mampu menjelaskan variasi yang terjadi terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* di Jalan Jawa Jember. Masing-masing variabel berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Pada *Quick Chicken* di Jalan Jawa Jember.

Kata Kunci: Produk, harga, lokasi, fasilitas dan keputusan pembelian

Abstrac

Formulation of the problem in this study is how the influence of product, price, location, and facility on buying decision at Quick Chicken. The research objective was to determine and analyze the effect of the influence of product, price, location, and facility on the buying decision. The study was conducted at consumer of Quick Chicken. This type of quantitative descriptive study using purposive sampling method with a sample of 50 respondents. Compatibility test results obtained indicate that the variable product, price, location, and facility can explain the variations that occur in buying decision at Quick Chicken. Each variable has positive and significant impact on buying decision at Quick Chicken.

Keywords: product, price, location, and facility and buying decision

Pendahuluan

Perkembangan bisnis di era abad ke-21 telah berkembang sangat pesat dan mengalami metamorfosis yang berkesinambungan. Setiap pelaku usaha di setiap kategori bisnis, dituntut untuk memiliki kepekaan terhadap setiap perubahan yang terjadi dan menempatkan orientasi

kepada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama (Kotler, 2007). Tidak terkecuali usaha dalam penyajian makanan dan minuman yang dimulai dari skala kecil seperti warung-warung dan kafe tenda, bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan kafe, sampai dengan bisnis makanan yang berskala besar seperti restoran-restoran di hotel berbintang.

Quick Chicken yang telah di buka lumayan lama popularitasnya bukannya menurun namun menanjak naik dengan semakin ramainya masyarakat Jember yang membeli produknya dan fakta bahwa terjadinya pelebaran tempat sehingga dapat disimpulkan bahwa restoran ini sedang berkembang dan memiliki prospek kedepannya.

Tabel 1.1
Omset Penjualan Quick Chicken Jawa tahun 2016

No	Bulan	Target penjualan	Realisasai
1	Januari	Rp 120.000.000	Rp 145.678.234
2	Februari	Rp 120.000.000	Rp 132.763.881
3	Maret	Rp 120.000.000	Rp 148.154.424
4	April	Rp 120.000.000	Rp 152.767.685
5	Mei	Rp 120.000.000	Rp 163.346.072
6	Juni	Rp 120.000.000	Rp 185.211.755
7	Juli	Rp 120.000.000	Rp 164.531.900
8	Agustus	Rp 120.000.000	Rp 118.775.430
9	September	Rp 120.000.000	Rp 128.605.904
10	Oktober	Rp 120.000.000	Rp 119.827.552
11	November	Rp 120.000.000	Rp 116.266.617
12	Desember	Rp 120.000.000	Rp 128.940.155
Jumlah		Rp 1.440.000.000	Rp 1.704.869.610

Sumber : Data primer yang diolah, 2016

Jika melihat pada tabel 1.1 diatas menunjukkan omset Penjualan *Quick Chicken* tahun 2016 menunjukkan hasil yang memuaskan meskipun ada beberapa yang tidak mencapai target tapi secara keseluruhan *Quick Chicken* mencapai target penjualan dengan total penjualan senilai Rp. 1.704.869.610 dengan target penjualan Rp. 1.440.000.000 selama satu tahun. Dengan adanya rumah karaoke di lantai 2 *Quick Chicken* omset penjualan *Quick Chicken* tidak begitu menonjol pada tahun 2016 karena dibukanya rumah karaoke tersebut dimulai pada akhir tahun lebih tepatnya pada bulan september.

Fenomena yang terjadi di restoran *Quick Chicken* bisa memberi peluang bagi penulis untuk meneliti mengenai variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian. Sebelum peneliti ingin melakukan penelitian di *Quick Chicken*, terlebih dahulu peneliti juga melakukan survei terhadap konsumen *Quick Chicken* Jawa, ternyata dari 10 konsumen yang di survei rata-rata konsumen memberikan jawaban bahwa faktor lokasi/tempat (lokasi *Quick Chicken* mudah dijangkau dan tempatnya luas) dan fasilitas (adanya tempat untuk bayi, wifi, ac, dan sofanya yang lebar membuat nyaman berkumpul bersama keluarga). Dilantai dua *Quick Chicken* juga terdapat rumah karaoke jadi berkumpul bersama keluarga maupun makan bersama keluarga dapat dinikmati dalam satu tempat sekaligus. Fenomena tersebutlah yang menjadi alasan mengapa peneliti ingin meneliti *Quick Chicken* di jalan Jawa.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah disebutkan dalam latar belakang di atas, maka penulis merumuskan permasalahan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* Jalan Jawa?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* Jalan Jawa?
3. Apakah lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* Jalan Jawa?
4. Apakah fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* Jalan Jawa?
5. Apakah kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada *Quick Chicken* Jalan Jawa?

Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah penelitian di atas, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Quick Chicken* Jalan Jawa.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Quick Chicken* Jalan Jawa.
3. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Quick Chicken* Jalan Jawa.

4. Untuk menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Quick Chicken* Jalan Jawa.
5. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen pada *Quick Chicken* Jalan Jawa.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Produk

Menurut Kotler (2008) produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk menarik perhatian, akuisisi, penggunaan, atau konsumsi yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan.

Harga

Menurut Tjiptono (2007) harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, di samping itu merupakan unsur bauran pemasaran bersifat fleksibel (dapat cepat diubah). Dalam penelitian ini, harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan oleh pembeli kepada penjual untuk memperoleh sejumlah barang.

Lokasi

Lokasi adalah tempat yang paling menggantungkan yang dapat dilihat dari jumlah rata-rata halayak yang melewati toko itu setiap harinya, persentasi khalayak yang mampir ke toko.

Failitas

Fasilitas adalah sumberdaya fisik yang ada sebelum suatu jasa dapat ditawarkan kepada konsumen (Tjiptono,2007)

Keputusan Pembelian

Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli (Kotler, 2007).

Hipotesis Penelitian

H1 : Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

H3 : Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

H4 : Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

H5 : Kualitas produk, harga, lokasi, dan fasilitas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatory. Studi ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian secara simultan dan parsial.

Data dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari responden yang ada di Quick Chicken dengan memberikan sebuah kuisisioner. Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder yang di gunakan bersumber dari data perusahaan Quick chicken jalan jawa jember.

Dalam penelitian ini populasi yaitu konsumen Quick Chicken Jalan Jawa. Pada penelitian yang menggunakan analisis regresi linier berganda. Ukuran sampel menggunakan skala likert (labeled). Sementara itu Sugiyono (2010) menyatakan bahwa pengambilan jumlah sampel penelitian minimal yaitu dengan mengalikan variabel dengan angka 5 sampai dengan 10. Perhitungan jumlah sampel adalah jumlah variabel dikali 10 yaitu $5 \times 10 = 50$ sampel.

Hasil Dan Pembahasan

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji sejauh mana ketepatan alat pengukur dapat mengungkapkan konsep gejala/kejadian yang diukur. Item kuesioner dinyatakan valid apabila nilai r hitung $>$ r table. Hasil dari penelitian diketahui bahwa variabel menunjukkan hasil yang valid, karena r hitung $>$ r tabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien alpha yang cukup atau memenuhi kriteria untuk dikatakan reliabel yaitu di atas 0,700, sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Multikolinieritas

Nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 10% yang berarti tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas yang nilainya lebih dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

Uji Normalitas

Setelah dilakukan pengujian ternyata semua data terdistribusi secara normal, sebaran data berada di sekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

Analisis Regresi Linier berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, antara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinieritas dan terbebas dari heteroskedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat.

Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik t_{hitung} dengan nilai statistik t_{tabel} dan taraf signifikansi ($p-value$), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan di bawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Uji F

Untuk menguji pengaruh variabel bebas secara bersama-sama diuji dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik pada tabel 4.12, menunjukkan nilai signifikansi 0,000 Dengan menggunakan batas signifikansi 0,05, signifikansi lebih kecil dari

batas signifikansi dan $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka hipotesis yang menyatakan produk, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen secara simultan diterima.

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian secara statistik dapat terlihat dengan jelas bahwa secara parsial, semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan keempat variabel bebas tersebut bersifat positif artinya semakin baik produk, harga, lokasi dan fasilitas maka mengakibatkan semakin tinggi pula keputusan pembelian. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel produk sebesar 0,216 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,042 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,091) > t_{tabel} (1,679)$ yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa produk mempunyai pengaruh positif signifikan produk terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa produk yang meliputi produk yang dijual *Quick Chicken* mempunyai rasa yang enak, produk yang dijual *Quick Chicken* terbuat dari bahan yang berkualitas, produk yang dijual *Quick Chicken* merupakan produk yang higienis, dan *Quick Chicken* menyediakan berbagai macam variasi produk, berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel harga sebesar 0,184 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,043 dan lebih kecil dari 0,05 dan $t_{hitung} (2,080) > t_{tabel} (1,679)$ yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan harga terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa harga yang meliputi adanya kesesuaian antara harga dengan kualitas produk maupun kualitas layanan di *Quick Chicken*, harga produk *Quick Chicken* terjangkau dengan

daya beli calon konsumen, harga produk *Quick Chicken* yang ditawarkan bersaing dengan harga di tempat lain, dan harga produk *Quick Chicken* sudah sesuai dengan manfaat dan nilai yang diperoleh pelanggan, berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel lokasi sebesar 0,331 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,004 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (3,027) > t tabel (1,679) yang berarti hipotesis diterima. Menurut Fandy Tjiptono (2008) aspek-aspek pemilihan lokasi seperti keterjangkauan lokasi, kelancaran akses menuju lokasi, kedekatan dengan fasilitas penunjang lain tersebut umumnya merupakan faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen ketika mengunjungi lokasi produsen/perusahaan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa lokasi yang strategis akan membuat konsumen semakin mudah melakukan sebuah keputusan pembelian karena memang produk mudah untuk ditemui dan mudah untuk didapatkan. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa lokasi yang meliputi lokasi *Quick Chicken* mudah dijangkau dengan kendaraan pribadi, tempat *Quick Chicken* dapat terlihat dari jalan raya terdekat, lalu lintas di sekitar *Quick Chicken* lancar terkendali, dan *Quick Chicken* berada di lingkungan yang aman dan nyaman, berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Fasilitas berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

Penelitian yang dilakukan, menunjukkan bahwa nilai koefisien variabel fasilitas sebesar 0,251 dengan arah positif dan hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,020 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,408) > t tabel (1,679) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa adanya pengaruh positif signifikan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa area parkir di *Quick Chicken* lancar memadai untuk parkir roda dua maupun roda empat, Fasilitas untuk anak (Tempat Bayi) di *Quick Chicken* yang nyaman, tempat makan di *Quick Chicken* bersih dan rapi, dan fasilitas wifi yang memadai di *Quick Chicken* berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

Hasil pengujian hipotesis telah membuktikan terdapat pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Melalui hasil perhitungan yang telah dilakukan diperoleh taraf signifikansi sebesar 0,000 dan lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($21,113 > 2,58$) yang berarti hipotesis diterima. Pengujian secara statistik ini membuktikan bahwa produk, harga, lokasi dan fasilitas mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Artinya bahwa ada pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a. Produk (X_1) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), hal ini berarti suatu produk yang berkualitas akan mempunyai suatu nilai positif di mata konsumen yang dapat meyakinkan konsumen tersebut untuk melakukan keputusan pembelian.
- b. Harga (X_2) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), hal ini berarti harga yang tepat sesuai dengan kemampuan, kebutuhan dan keinginan dari konsumen akan semakin meyakinkan untuk melakukan keputusan pembelian akan produk tersebut.
- c. Lokasi (X_3) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), hal ini berarti lokasi yang strategis akan membuat konsumen semakin mudah melakukan sebuah keputusan pembelian karena memang produk mudah untuk ditemui dan mudah untuk didapatkan.
- d. Variabel Fasilitas (X_4) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Y), hal ini berarti perusahaan yang memberikan suasana menyenangkan dengan desain fasilitas yang menarik akan mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian.
- e. Kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti suatu produk yang berkualitas, harga yang sesuai dengan kualitas produk, lokasi yang strategis dan mudah dijangkau dan fasilitas yang memadai akan mempunyai suatu

nilai positif di mata konsumen yang dapat meyakinkan konsumen tersebut untuk melakukan keputusan pembelian.

Saran

1. Bagi Quick Chicken Jalan Jawa

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka saran yang dapat diberikanyaitu hendaknya perusahaan dalam upaya meningkatkan keputusan pembelian lebih lebih memperhatikan pada semua variabel yaitu kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas dilihat dari hasil pengolahan data yang didapat melalui kuesioner yang telah diisi oleh pelanggan *Quick Chicken* Jalan Jawa tersebut diperoleh data bahwa peranan kualitas produk, harga, lokasi dan fasilitas berpengaruh, sehingga dengan lebih meperhatikan semua variabel diharapkan akhirnya akan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen *Quick Chicken* yang berada di bawah naungan Bedi Corporation.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Beberapa penelitian yang telah dilakukan dengan judul yang sama dengan yang dipakai peneliti berusaha melakukan kajian tentang pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian. Tetapi penelitian-penelitian sebelumnya memperoleh hasil yang berbeda-beda, sehingga perlu adanya penelitian kembali yang mengkaji tentang pengaruh produk, harga, lokasi dan fasilitas terhadap keputusan pembelian.

Hasil uji koefisien determinasi juga menunjukkan masih ada variabel-variabel lain yang harus diperhatikan dalam penelitian ini. Penelitian-penelitian lebih lanjut, hendaknya menambah variabel lain yang dapat memengaruhi keputusan pembelian, karena masih banyak variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti kualitas layanan, dan promosi.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri Sofyan, 2004. *Menejemen Pemasaran (Dalam Konsep Dan Strategi)*.

Jakarta: Rajawali Grafindo.

Buchari, Alma. 2008. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta,

Bandung.

Cannon, Perreault, McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar*, Buku 1, Salemba Empat,

- Jakarta.
- Dhien alfath, aulya. 2013: *Analisis Pengaruh Produk, Harga dan kualitas layanan Terhadap Keputusan Pembelian (studi pada coffe shop stove syndicafe disemarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Fitra, Sandi. 2013. *Pengaruh produk, harga, fasilitas, dan lokasi terhadap keputusan konsumen berbelanja di pusat grosir surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 2 No. 2 (2013).
- Ghanimata, Fifyanita. 2012: *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gujarati, Damador N. 2007. *Dasar – Dasar Ekonometrika*, Erlangga, Jakarta.
- Handoko, T Hani. 2008. *Menejemen edisi 2*. BPFE : Yogyakarta
- Iswayanti, ika putri, 2010: *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan Tempat Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada rumah makan “Soto Angkring Mas Boed” di Semarang)*.Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Kembaren, Emelya. 2009. “*Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian kentucky fried chicken pada kfc jalan gajah mada medan*”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara Medan.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2007. *Menejemen Pemasaran*. Dialih bahasa oleh Drs. Benyamin Molan, Buku ke Satu Edisi Kedua Belas PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, dan Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1. Erlangga, Jakarta.
- Kuncoro, Mudrajad. 2009. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Larosa, Rebeka, Septhani, 2011: *analisis pengaruh produk, promosi, harga, dan tempat terhadap keputusan pembelian (Studi pada warung-warung disekitar simpang lima semarang)*. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dann R&D*. Bandung Alfabeta.

Sugiyono, dan Susanto. 2015. *Cara Mudah Belajar SPSS & LISREL*. Bandung Alfabeta.

Sulastiyono, Agus. 2006. "*Manajemen Penyelenggaraan Hotel*". Bandung:
Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2007. *Strategi Pemasaran, Edisi ke dua*. Andi offset,
Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran jasa*. Penerbit Andi Publishing, Yogyakarta.

<https://teorionline.files.wordpress.com/2010/03/tabel-r-product-moment-big-sample.doc>.

<https://www.ma.utexas.edu/users/davis/375/popecol/tables/f005.html>

<http://ledhyane.lecture.ub.ac.id/files/2013/04/tabel-t.pdf>