



Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Roti “Java Bakery” Di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri

Rizky Wahyu Septiawan

Universitas Islam Kediri, Kediri

Email: rizkicabol10@gmail.com

Bayu Pramutoko

Universitas Islam Kediri, Kediri

Email : byadsen@gmail.com

Angga Permana Mahaputra

Universitas Islam Kediri, Kediri

Email: anggapermana@uniska-kediri.ac.id

Korespondensi penulis : rizkicabol10@gmail.com

ABSTRACT. *Improving product quality is the first effort faced by companies, when faced with efforts to become a leader. Products will be judged by quality and that is what adds value to consumers as well as one of the reasons for choosing to buy. Other factors that influence the decision to purchase Java Bakery bread products are location and quality of service. Therefore, businesses that want to stay ahead of their competitors need to take a number of actions related to improving product quality, improving location and service quality. This research is a descriptive quantitative research that aims to produce a discovery obtained through statistical procedures. The sample in this study used accidental sampling with a total of 97 respondents. The data in this study were obtained through interviews and questionnaires. From the results of the analysis that has been done. The results of the study show that product quality, location and service quality influence purchasing decisions. This is evidenced by the results of the R Square value of 0.563 or 56.3% while the remaining 29.5% is influenced by other variables.*

Keywords: *Product Quality, Location, Service Quality, Purchase Decision*

ABSTRAK. Peningkatan kualitas produk merupakan upaya pertama yang dihadapi oleh perusahaan, saat dihadapkan kepada upaya menjadi leader. Produk akan dinilai dari kualitas dan itulah yang menjadi nilai tambah bagi konsumen sekaligus sebagai salah satu alasan memilih untuk membeli. Faktor lain yang mempengaruhi keputusan pembelian produk roti Java Bakery adalah lokasi dan kualitas pelayanan. Oleh sebab itu pebisnis yang ingin tetap maju di antara para pesaingnya perlu melakukan sejumlah tindakan-tindakan yang berhubungan dengan peningkatan kualitas produk, peningkatan kualitas lokasi dan pelayanan. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif yang bertujuan untuk menghasilkan suatu penemuan yang diperoleh melalui prosedur statistik. Sampel pada penelitian ini menggunakan sampel accidental sampling dengan jumlah 97 responden. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui hasil wawancara dan kuesioner. Dari hasil analisis yang telah dilakukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hal ini dibuktikan dengan hasil nilai R Square sebesar 0,563 atau 56,3% sedangkan sisanya sebesar 29,5% yang dipengaruhi oleh variabel lain.

Kata kunci: Kualitas Produk, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

PENDAHULUAN

Bisnis roti memang menjanjikan sebab hampir semua segmen konsumen memerlukan produk roti, tidak memandang waktu, pagi, siang, sore dan bahkan malam, sama saja konsumen menyukai. Kondisi itulah salah satu penyebab bisnis roti menjamur kemana-mana

termasuk di Kabupaten Kediri. Walaupun telah menjadi kebutuhan tidaklah berarti secara otomatis para pebisnis roti berpangku tangan lalu menikmati rejeki yang dihasilkan, tapi sebaliknya mereka selalu mencari upaya agar menjadi leader di bisnis yang sama Java Bakery, sebuah perusahaan yang bergerak di bisnis kuliner dengan produk roti, berlokasi di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri, tampaknya perlu melakukan sejumlah tindakan-tindakan konkret sehubungan dengan produk, lokasi dan pelayanannya. Pengetahuan produsen roti Java Bakery dalam menilai sejauh mana faktor produk, lokasi dan pelayanan yang dapat mendorong seseorang melakukan pembelian masih jauh dari yang diharapkan. Terbukti akhir-akhir ini volume penjualan cenderung naik turun. Dari hasil wawancara dengan Ibu Ririn (Staf Penjualan Java Bakery), pada bulan Januari unit penjualan mencapai 4000 roti, sedangkan pada bulan Februari tercatat 3600 roti dan pada bulan Maret mengalami penurunan yang cukup signifikan menjadi 3000 roti. Berdasarkan permasalahan di atas, maka peneliti mengambil judul penelitian ini sebagai berikut "Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk "Java Bakery" di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri".

LANDASAN TEORI

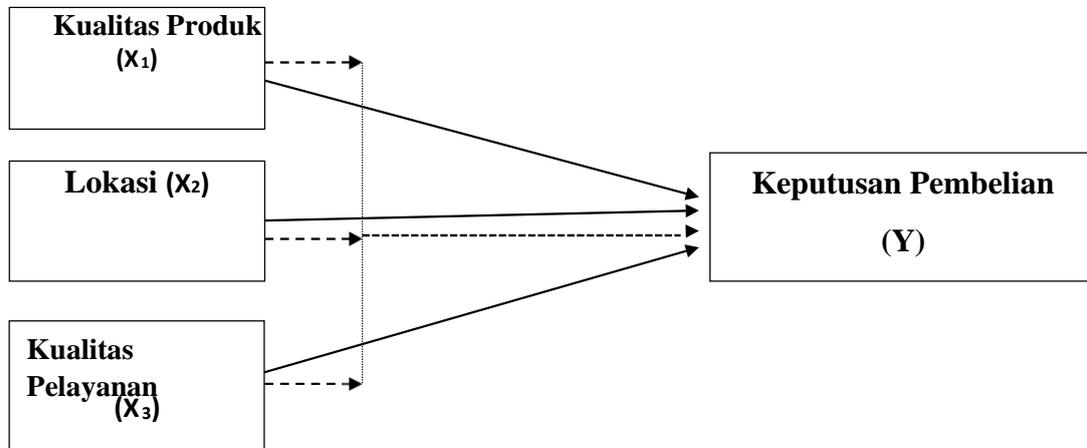
Kotler & Armstrong (2014) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut, *"Marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wants in the target market"*.

Menurut Alma (2011), bauran pemasaran adalah suatu cara untuk mencampuri kegiatan pemasaran guna mendapatkan kombinasi yang sebaik mungkin sehingga memberikan hasil yang memuaskan. Menurut Lupiyoadi (2001: 144) Intinya, kualitas adalah konsep yang bergantung pada sudut pandang dari mana kualitas dan persyaratannya ditetapkan. Intinya, tiga orientasi kualitas persepsi konsumen, produk atau layanan, dan proses saling terkait satu sama lain.

Menurut Swastha (2000:93) Posisi mengacu pada lokasi toko atau bengkel yang strategis, yang dilakukan untuk mengoptimalkan pendapatan. Lokasi merupakan lokasi toko yang paling menguntungkan, terbukti dengan banyaknya pelanggan yang berbelanja di sana setiap hari. Menurut Tjiptono (2007:260) Keunggulan layanan dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan pelanggan dengan tetap memperhatikan harapan mereka. Dan Kotler (2002) dalam Swastha (2007:99) menyatakan bahwa "keputusan pembelian adalah tindakan dari konsumen untuk mau membeli atau tidak terhadap produk".

Berdasarkan latar belakang masalah dan kajian teoritik diatas, maka kerangkateoritik adalah sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Teoritik



Sumber: Data diolah, 2021

Keterangan:

----->

————> = Simultan

-----> = Parsial

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan penelitian kuantitatif deskriptif. Sugiyono (2017: 8) mengklaim bahwa metodologi penelitian positivis digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan melakukan analisis data kuantitatif dengan maksud untuk menguji hipotesis yang sudah ada sebelumnya. Tempat yang digunakan dalam penelitian ini adalah Java Bakery yang berlokasi di Jalan Raya Kandangan, Desa Kandangan, Kecamatan Kandangan, Kabupaten Kediri.

Populasi adalah “area generalisasi yang terdiri atas objek/subjek dengan ciri dan atribut tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan ditarik kesimpulannya”, menurut Sugiyono (2002:72). Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik sampel *non probability sampling* dengan metode *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah suatu metode pengambilan sampel berdasarkan kebetulan yang ditemui peneliti dan dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2012:85).

Populasi pada penelitian ini yaitu seluruh konsumen yang melakukan pembelian produk di Java Bakery dan diperkirakan jumlahnya 2920 orang dalam kurun waktu 1

tahun. Sedangkan sampel yang diperoleh adalah 97 orang dengan menggunakan rumus Slovin tingkat kepercayaan 10%.

Peneliti menggunakan alat analisis *SPSS (statistical package for social science)* sebagai alat bantu dalam mengolah data. Sedangkan untuk teknik analisis, peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis korelasi, analisis regresi linier berganda, uji t, uji F.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas

No	Item	Probabilitas Korelasi	Ket
1	Rasa roti Java Bakery yang dijual enak dan lezat	0,000	Valid
2	Roti Java Bakery tersedia dengan beraneka ragam bentuk dan rasa sehingga banyak pilihan bagi calon pembeli	0,000	Valid
3	Roti Java Bakery yang ditawarkan awet dan lama beberapa bulan tanpa ada perubahan rasa	0,000	Valid
4	Bentuk roti Java Bakery yang ditawarkan banyak variasinya sehingga indah dipandang mata	0,000	Valid
5	Kualitas roti Java Bakery dinilai baik oleh masyarakat konsumen	0,000	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, variabel kualitas produk diketahui bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05% Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

No	Item	Probabilitas Korelasi	Ket
1	Jalan menuju lokasi Java Bakery mudah dijangkau oleh kendaraan baik beroda 2 ataupun 4	0,000	Valid
2	Letak toko berada di tepi jalan yang strategis memudahkan para konsumen untuk singgah di toko roti ini	0,000	Valid
3	Lokasi toko roti Java Bakery ramai dilewati oleh transportasi umum	0,000	Valid
4	Fasilitas parkir yang luas disekitar lokasi Java Bakery merupakan salah satu daya tarik para konsumen untuk berbelanja	0,000	Valid
5	Suasana toko yang aman dan nyaman	0,000	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, variabel Lokasi diketahui bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05% Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

No	Item	Probabilitas Korelasi	Ket
1	Kualitas pelayanan dari karyawan roti Java Bakery adalah baik, konsisten dan tidak berubah-ubah	0,000	Valid
2	Para karyawan roti Java Bakery sangat terlatih dalam menampung keinginan konsumen	0,000	Valid
3	Pelayanan karyawan roti Java Bakery dapat dijamin mutunya	0,000	Valid
4	Para karyawan roti Java Bakery terlatih untuk memahami keinginan konsumen	0,000	Valid
5	Kelengkapan alat dan fasilitas yang disediakan oleh toko roti Java Bakery membuat konsumen berminat berbelanja disini	0,000	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, variabel Kualitas Pelayanan diketahui bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05% Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

No	Item	Probabilitas Korelasi	Ket
1	Saya membeli roti Java Bakery karena jenis produk yang dijual berbeda dengan toko roti lain	0,000	Valid
2	Saya tertarik membeli roti Java Bakery karena bentuk yang beranekaragam	0,000	Valid
3	Saya membeli roti Java Bakery karena dipandang baik oleh masyarakat	0,000	Valid
4	Saya membeli roti Java Bakery karena yakin dengan produk yang dibuatnya	0,000	Valid
5	Saya membeli roti Java Bakery karena melayani penjualan dalam jumlah kecil maupun banyak	0,000	Valid

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, variabel Keputusan Pembelian diketahui bahwa probabilitas lebih kecil dari 0,05% Hal ini berarti semua item yang ada dalam variabel sudah valid.

Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji Reliabilitas

No	“Variabel	N item	Nilai alpha hitung	r Keterangan
1	Kualitas Produk	5	0,750	Reliabel
2	Lokasi	5	0,715	Reliabel
3	Kualitas Pelayanan	5	0,674	Reliabel
4	Keputusan pembelian	5	0,729	Reliabel”

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa masing – masing variabel (kualitas produk, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian konsumen) memiliki nilai r alpha hitung (cronbach’s Alpha) lebih besar dari pada nilai r alpha tabel. Dengan demikian, hasil uji reliabilitas semua variabel adalah reliabel.

Analisis Korelasi

Tabel 3. Analisis Korelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.563 ^a	.317	.295	1.76075	2.181

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, diketahui nilai *R* adalah sebesar 0,563. Hal ini menunjukkan bahwa keeratan hubungan variabel bebas dan variabel terikat adalah hubungan yang cukup berarti.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4. Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	Regresi (B)	t hitung	Sig-t	Keterangan
X1 (Kualitas Produk)	-0.183	- 2.143	0,035	Ha1 Diterima
X2 (Lokasi)	0.463	4.920	0,000	Ha2 Diterima
X3(Kualitas Pelayanan)	0.230	2.906	0,005	Ha3 Diterima
Konstanta (a)		9.347		
Nilai Korelasi (R)		0.563		
Nilai Koefisien Determinasi (R ²)		0.367		
F hitung		14.368		
Signifikansi F		0.000		Ha4 Diterima
Y		Kinerja Karyawan		

Sumber: Data Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui hasil analisis regresi linier berganda adalah dalam rumus berikutnya.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3$$

$$Y = 9.347 + -0.183 X_1 + 0.463 X_2 + 0.230 X_3$$

Keterangan:

1. $a = 9.347$: apabila Kualitas Produk (X_1), lokasi (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) diasumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali ($=0$) maka keputusan pembelian konsumen adalah sebesar 0,469

2. $b_1 = -0,183$: artinya apabila kualitas produk (X1) naik 1 (satu) satuan dan lokasi (X2) juga kualitas pelayanan (X3) tetap maka keputusan pembelian konsumen akan naik sebesar -0,183 satuan.
3. $b_2 = 0,463$: artinya apabila lokasi (X2) naik 1 (satu) satuan dan kualitas produk (X1) juga kualitas pelayanan (X3) tetap maka keputusan pembelian konsumen akan naik sebesar 0,349 satuan.
4. $b_3 = 0,230$: artinya apabila kualitas pelayanan (X3) naik 1 (satu) satuan dan kualitas produk (X1) juga lokasi (X2) tetap maka keputusan pembelian konsumen akan naik sebesar 0,230 satuan.

Uji t

Berikut akan dibahas satu persatu untuk masing-masing hipotesis yaitu:

1. Variabel kualitas produk memperoleh nilai signifikansi kualitas produk dengan nilai signifikansi terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas produk sebesar $0,035 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwakualitas produk (X1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hipotesis 1 yang dirumuskan pada Bab II yaitu “Kualitas Produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Java Bakery di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri” telah terbukti.
2. Variabel lokasi memperoleh nilai signifikansi lokasi dengan nilai signifikansi terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi lokasi sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwalokasi(X2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen(Y). Hipotesis 2 yang dirumuskan pada Bab II yaitu “Lokasi mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Java Bakery di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri” telah terbukti
3. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai signifikansi kualitas pelayanan dengan nilai signifikansi terbesar yang telah ditentukan yakni sebesar 5% atau 0,05. Dari perhitungan di atas diketahui bahwa nilai signifikansi kualitas pelayanan sebesar $0,005 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti

bahwa kualitas pelayanan (X3) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen(Y). Hipotesis 3 yang dirumuskan pada Bab II yaitu "Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Java Bakery di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri" telah terbukti.

Uji F

Dari perhitungan sebelumnya diketahui bahwa "nilai sig. sebesar $0,000 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Berdasarkan perhitungan di atas terbukti bahwa secara serempak (simultan) kualitas produk, (X1), lokasi (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen (Y). Hipotesis 4 yang dirumuskan pada Bab II yaitu "Kualitas Produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Java Bakery di Kecamatan Kandangan Kabupaten Kediri" telah terbukti.

2. PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil analisis dengan SPSS dapat diketahui bahwa hasil dari uji hipotesis adalah sebagai berikut:

1) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan pembelian konsumen

Kualitas produk menurut Kotler (2004:67) adalah keseluruhan ciri-ciri dari suatu produk yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan/tersirat. Dimensi kualitas produk sendiri menurut Tjiptono (2002:25) meliputi kinerja misalnya kenyamanan dan kemudahan, ciri-ciri keistimewaan tambahan misalnya keunikan dan keragaman, keandalan misalnya daya tahan dan umur ekonomis (masa berlaku), kemampuan pelayanan misalnya, kecepatan dalam penanganan keluhan, kenyamanan dalam menanggapi keluhan dan fasilitas yang diberikan perusahaan, estetika keindahan desain produk, keunikan model produk dan kombinasi warna dan kualitas yang dipersepsikan misalnya pandangan konsumen dan tanggung jawab perusahaan. Dimensi-dimensi kualitas produk yang baru saja dijelaskan merupakan indikator produk yang diteliti.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu, Kusumah (2011) yang menemukan bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

2) Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen

Menurut Ma'ruf (2003:115) lokasi merupakan faktor yang sangat penting dalam bauran pemasaran. Sebuah toko yang berada pada lokasi yang tepat akan lebih sukses dibanding toko lainnya yang berlokasi kurang strategis meskipun keduanya menjual produk yang sama, karyawan yang sama banyaknya, sama ketrampilannya dan sama penyusunan barang-barangnya. Sedangkan kualitas lokasi adalah pemilihan lokasi yang strategis yang dapat mendatangkan konsumen. Adapun indikator dari lokasi yang mempengaruhi keputusan pembelian yakni (1) Lalu lintas pejalan kaki, (2) Lalu lintas kendaraan, (3) Fasilitas parkir, (4) Transportasi umum dan (5) Letak berdirinya toko.

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu, Purnama (2011) yang menemukan bahwa lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

3) Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian konsumen

Tjiptono (2007:260) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pemulihannya dalam menumbuhkan harapan pelanggan. Pandangan konsumen terhadap pelayanan yang benar-benar mereka terima dengan perbaikan pelayanan dapat digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan yang tentunya akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Keandalan, daya tanggap, jaminan, jaminan, empati, dan bukti fisik adalah faktor kualitas layanan yang berdampak pada keputusan pembelian (tangible).

Temuan ini mendukung penelitian sebelumnya yaitu, Arumsari (2012), yang menemukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen

4) Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Keputusan pembelian konsumen

Pada pengujian hipotesis 4 terbukti bahwa kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Kotler (2004:67) sebagaimana telah dijelaskan bahwa kualitas produk berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan, Ma'ruf (2003:115) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh kepada keputusan pembelian. Tjiptono (2007:260) yang menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Kombinasi dari teori-teori tersebut telah terbukti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti, jika kualitas produk meningkat maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian konsumen.
2. Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti, jika lokasi meningkat maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian konsumen.
3. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti, jika Kualitas pelayanan meningkat maka akan terjadi peningkatan pada keputusan pembelian konsumen.
4. Kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini berarti bahwa jika kualitas produk, lokasi dan kualitas pelayanan meningkat maka akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Karena kualitas produk terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka Owner Java Bakery harus mempertahankan serta meningkatkan kualitas produknya dengan berinovasi pada produknya.
2. Karena lokasi terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka Owner Java Bakery harus mempertahankan lokasi yang telah ada dan memberikan rasa aman dan nyaman bagi pembeli.
3. Karena kualitas pelayanan terbukti berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, maka Owner Java Bakery harus menekankan karyawannya agar mempertahankan dan meningkatkan pelayanan pada konsumen.

4. Mengingat lokasi merupakan variabel dominan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, maka diharapkan Owner Java Bakery tetap focus mengelola lokasi tersebut.
5. Hasil temuan penelitian ini dapat dijadikan bahan penelitian selanjutnya dengan memasukkan variabel selain yang sudah dimasukkan dalam penelitian, seperti harga, promosi, dan kepuasan pelanggan, mengingat masih ada pengaruh dari variabel lain di luar variabel tersebut. penelitian ini yaitu 56,3%

DAFTAR PUSTAKA

- Agnes Ligia Pratistia Walukow, Lisbeth Mananeke, Jantje Sepang. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Bentenan Center Sonder Minahasa. Jurnal: EMBA. Vol. 2 No.3 September 2014, Hal. 1737-1749 (ISSN: 2303-1174).
- Aryandi, J. dan Onsardi. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Cafe Wareg Bengkulu. Jurnal : Manajemen Modal
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2011. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2014. Manajemen Pemasaran. Edisi 14. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Kotler, Philip. 2011. Manajemen Pemasaran. Jakarta : Salemba Empat Kotler, Philip. 2014. Manajemen Pemasaran,.Edisi 13. Jakarta: Prenhalindo.
- Sugiyono. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta.