
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BISNIS CATERING UD.RIRARE

Rezzy Ferdian Ahmad Dani¹, Diana Ambarwati², Nuril Aulia Munawaroh³

¹Rezzy Ferdian Ahmad Dani, UNISKA Kediri, rezzyferdian02@gmail.com

²Diana Ambarwati, UNISKA Kediri, dianaambarwati@uniska-kediri.ac.id

³Nuril Aulia Munawaroh, UNISKA Kediri, nuril.aulia82@gmail.com

Abstract

The purpose of the research conducted at UD Rirare catering is to explain and prove the hypothesis regarding the influence of service quality, price, and location on purchasing decisions. This study uses probability sampling, which is a descriptive quantitative study with a sampling technique. The study population consisted of 188 consumers, and a sample of 127 consumers was obtained through the use of the Slovin formula. The SPSS version 25 program was used to process the instrument test, validity test, reliability test of the classical assumption test, normality test, linearity test and hypothesis in the form of multiple linear regression, t test, F test, and R² test. The conclusion of this study is that partially service quality has a significant effect on purchasing decisions obtained by the t test with a significance value of 0.033 < 0.05. price partially has a significant effect on purchasing decisions obtained by the t test with a significance value of 0.037 < 0.05. location partially has a significant effect on purchasing decisions obtained by the t test with a significance result of 0.004 < 0.05. The influence of service quality, price, and location simultaneously has a significant effect on purchasing decisions with an F test value of 0.000 < 0.05.

Keywords: service quality, price, location, purchasing decisions.

Abstrak

Tujuan dari penelitian yang dilakukan di catering UD Rirare adalah untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan probability sampling, yaitu penelitian kuantitatif deskriptif dengan teknik pengambilan sampel. Populasi penelitian terdiri dari 188 konsumen, dan sampel sebanyak 127 konsumen diperoleh melalui penggunaan rumus Slovin. Program SPSS versi 25 digunakan untuk mengolah uji instrumen, uji validitas, uji reliabilitas uji asumsi klasik, uji normalitas, uji linearitas dan hipotesis berupa regresi linier berganda, uji t, uji F, dan uji R². Kesimpulan dari penelitian ini bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian yang diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0.033 < 0.05. harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian diperoleh uji t dengan nilai signifikansi sebesar 0.037 < 0.05. lokasi secara parsial berpengaruh signifikan keputusan pembelian diperoleh uji t dengan hasil signifikansi sebesar 0.004 < 0.05. pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai uji F sebesar 0.000 < 0.05.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, harga, lokasi, keputusan pembelian.

DOI	: http://dx.doi.org/10.32503/jcm.v2i3.5992
Sejarah Artikel	: Artikel diterima (5 Oct); direvisi (13 Oct); disetujui (18 Oct)
Email Co-Author	: rezzyferdian02@gmail.com

Pendahuluan

Di era modern ini perkembangan makanan siap saji yaitu catering hal yang biasa di karenakan cepat dan efisien dalam acara pernikahan dan hajatan. Catering adalah industri jasa katering yang mengantarkan makanan pesanan dalam jumlah besar. Gaya hidup yang terus berkembang dan serba cepat telah menggeser masyarakat konsumen ke arah makanan siap saji, atau pilihan catering. Hampir seluruh masyarakat Indonesia menggunakan katering, di catering kami menerima pesanan banyak menu dan acara serta melakukan produksi.

Keputusan pembelian dalam membeli barang dan jasa sebagian besar di pengaruhi harga. Semakin miring harga yang ditawarkan maka semakin banyak peminatnya. Keputusan pembelian barang dan jasa di pengaruhi oleh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi menadi faktor penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Dalam pengembangan bisnis catering ini pengusaha harus melihat kualitas pelayanan yang akan di lalui dalam bisnis catering ini. Menurut Kotler dalam (Zikri, 2022:924) kualitas Pelayanan adalah tingkat pelayanan yang diterima dan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diharapkan. Ketika konsumen merasa bahwa layanan yang mereka terima atau harapan mereka telah terpenuhi, kualitas layanan disebut baik, dan setelah terbentuk yang memuaskan, konsumen terdorong untuk melakukan pembelian berulang dan menjadi pelanggan setia. Dalam dunia berbisnis yang termasuk bisnis katering kualitas pelayanan sangat di butuhkan karena apabila kita tidak ramah sama pelanggan maka banyak yang tidak mau membeli makanan dan minuman kita.

Dalam berbisnis catering ini juga dapat di lihat dari harga yang kita tawarkan kepada konsumen, supaya konsumen juga puas membeli makanan dan minuman di tempat kita. Harga juga dapat diartikan menjadi salah satu mangsa pasar dan keuntungan kita. Menurut Alma (dalam Undhar 2020:8) Harga adalah nilai dari barang harga biasanya mengacu pada jumlah uang yang dibutuhkan untuk membeli suatu produk. Selain itu kenaikan harga juga merupakan ukuran dimana konsumen mengevaluasi kualitas produk jasa yang kompleks disediakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Adapun lokasi dalam berbisnis lokasi yang sangat penting juga dalam melakukan berbisnis supaya tau apa yang kita jual dan jangkauan konsumen untuk membeli catering makanan minuman. Menurut Fandy Tjiptono (Rachman 2019:19) Lokasi mengacu pada tempat suatu perusahaan dan melakukan usaha atau melakukan kegiatan produksi barang dan jasa yang mengutamakan aspek ekonomi.

Hubungan antara kualitas dengan keputusan pembelian sangatlah penting. Dengan kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen, itu akan menjadi kemajuan dalam perusahaan. Tolak ukur kualitas yang harus diperhatikan dalam layanan yang ditawarkan oleh perusahaan harus melampaui kinerja yang diharapkan oleh konsumen sehingga perusahaan dapat secara efektif mencapai kepuasan pembeli agar mereka terus memanfaatkan catering. Kualitas pelayanan yang baik berarti mampu berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan dan memahami produk yang ditawarkan untuk membentuk kualitas manfaat dan

maksimal.

Harga adalah salah satu kunci untuk memasarkan produk. Harga adalah jumlah uang tunai yang diperlukan untuk mendapatkan Produk yang berkualitas. Banyak perusahaan menetapkan biaya mereka berdasarkan tujuan yang ingin mereka capai dalam rangka memperluas kesepakatan, menjaga kestabilan biaya, dan mencapai keuntungan. Harga itu sendiri dapat menunjukkan kualitas produk, dan pelanggan biasanya menerima bahwa harga yang tinggi berarti kualitas yang bagus. Secara umum, biaya memiliki dampak positif terhadap kualitas produk.

Adapun juga lokasi juga memiliki peran penting dalam pemenuhan pembeli. Diharapkan lokasi dapat memenuhi keinginan perusahaan dalam rangka menarik pembeli untuk memperoleh keuntungan, dan sebaliknya jika terjadi kesalahan dalam pemilihan lokasi akan berdampak pada keuntungan perusahaan yang tidak ideal. Lokasi utama dapat menjadi keunggulan bersaing untuk mendapatkan memperoleh laba dan memberikan kepuasan kepada pembeli.

Researc gap yang di gunakan (Suharlina, 2023) dan (Pribowo & Milinia, 2022) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. Lalu penelitian dari (Nur Indahsari & Roni, 2022) dan (Prasetyo & Santoso, 2023) menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. Lalu penelitian dari (Ayunani et al., 2023) dan (Nur Indahsari & Roni, 2022) menyatakan bahwa lokasi berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian secara parsial. Lalu menurut (Suharlina, 2023) dan (Nur Indahsari & Roni, 2022) menunjukkan kualitas pelayanan harga dan lokasi secara simultan berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

UD Rirare adalah salah satu usaha catering yang bergerak di bidang catering makanan dan minuman untuk hajatan, acara pernikahan, acara aqiqah, dan lain sebagainya. UD Rirare berjalan tahun 2016 merupakan usaha yang di kelola oleh ibu ernawati yang beralamat Dusun Klagen, Kel.Kepuhkembang, Kec. Peterongan, Kab. Jombang, Prov. Jawa Timur.

Dalam konteks bisnis catering, faktor-faktor seperti kualitas pelayanan, harga, dan lokasi memiliki peran yang signifikan dalam memengaruhi keputusan pembelian pelanggan. Namun, pada praktiknya bisnis catering seringkali dihadapkan pada tantangan yang kompleks. Berdasarkan prariset yang dilakukan oleh peneliti ditemukan adanya beberapa permasalahan pada perusahaan UD Rirare Kenaikan harga jual mereka disebabkan oleh peningkatan harga pokok, yang berpotensi mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap nilai produk dan layanan mereka.

Di samping itu, lokasi UD Rirare menjadi pertimbangan penting karena terletak di dalam perumahan yang kurang strategis secara aksesibilitas. Hal ini mungkin menyulitkan calon pelanggan dalam menemukan lokasi catering mereka dan juga mengakibatkan UD Rirare sering mengalami keterlambatan dalam pengiriman pesanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan dan merusak reputasi perusahaan. Sebaliknya, bisnis catering yang terletak di jalan raya yang mudah dijangkau dan ditemukan dapat memiliki keuntungan yang lebih besar dalam menarik pelanggan potensial.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Menurut Sugiyono

(Sugiyono 2018:26) Penelitian kuantitatif yaitu metodenya menggunakan penelitian yang berlandaskan filosofi positivisme untuk menyelidiki pada populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data menggunakan alat seperti penelitian, analisis data kuantitatif/statistik, dan lain-lain, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang diajukan. Peneliti mengambil lokasi penelitian di UD Rirare yang beralamat di Dusun Klagen, Kel. Lepuhkembang, Kec. Peterongan, Kab. Jombang, Prov. Jawa Timur. Alasan peneliti memilih lokasi penelitian ini karena adanya masalah dan data yang di butuhkan dengan mudah. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini seluruh pelanggan yang memesan catering di UD.Rirare yang berjumlah 188 orang pada bulan Oktober sampai Desember 2023

Teknik pengambilan sampel ini menggunakan Probability sampling Menurut Sugiyono, (2016:218) Probability sampling adalah adalah teknik sampling yang memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dipilih sebagai peserta sampel. Teknik ini mencakup sampel area (*kluster*) sampling (sampling menurut wilayah), proporsional stratifikasi sampel acak, acak sampel disproporsional, dan dasar acak. Analisis data dalam penelitian ini terdiri dari uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Analisis dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, linearitas, multikolinearitas, heteroskedastitas, analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, koefisien determinasi yaitu:

Uji Validitas

Berdasarkan hasil pengujian maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item dari masing-masing variabel memiliki nilai signifikan dibawah 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan variabel valid.

Uji Reliabilitas

diketahui hasil nilai *cronbach's alpa* (α) variabel $> 0,60$ sehingga indikator atau kuesioner dari kelima variabel tersebut reliabel atau layak dipercaya sebagai alat ukur variabel.

Uji Normalitas

Berdasarkan analisis statistik dapat dilihat pada nilai signifikan *Asymp. Sig.* untuk Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), Lokasi (X_3), Kualitas Pelayanan (Y) lebih besar dari taraf signifikan yang ditetapkan, yaitu sebesar $0,200 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut normal.

Linearitas

Berdasarkan hasil pengujian Linearitas maka dapat dijelaskan bahwa Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) memiliki hubungan yang linier terhadap Keputusan Pembelian (Y), dengan masing-masing nilai sig. *Deviation from Linearity* untuk (X_1) sebesar 0,439, (X_2) sebesar 0,678, dan (X_3) sebesar 0,113.

Multikolinieritas

Bahwa model regresi antar variabel independen tidak terjadi korelasi atau tidak terjadi multikolinieritas. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Harga (X_2), dan Lokasi (X_3) memiliki nilai *tolerance* yang lebih besar dari 0,10 dan memiliki nilai VIF yang lebih kecil dari 10,0 dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas, hal ini berarti antar variabel independen tidak terjadi korelasi.

Heteroskedastitas

Berdasarkan heteroskedastitas yang ditunjukkan oleh grafik *scatterplot* terlihat bahwa titik terlihat menyebar secara acak bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas. Hal ini berarti dalam model regresi tidak terjadi ketidak samaan *variance* dari *residual* satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Analisis Regresi Linear Berganda

Tabel 1
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.771	4.066		1.665	.098		
	X1.TOTAL	.148	.077	.167	1.983	.033	.863	1.159
	X2.TOTAL	.223	.106	.179	2.112	.037	.923	1.084
	X3.TOTAL	.284	.097	.255	2.919	.004	.861	1.161

a. Dependent Variable: Y.TOTAL

Sumber: Data Hasil SPSS 25.00 (2024)

Berdasarkan tabel 1 maka dapat ditulis persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 6,771 + 0,148 X_1 + 0,223 X_2 + 0,284 X_3$$

Persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa :

- 1 Nilai konstanta sebesar 6,771 artinya apabila kualitas pelayanan (X_1) Harga (X_2) dan lokasi (X_3) nilainya tetap atau tidak pengaruh sama sekali, maka nilai keputusan pembelian (Y) akan tetap sebesar 6,771.
- 2 Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,148 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel kualitas pelayanan (X_1) bertambah sebesar satuan maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 6,771 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain bernilai konstan.

- 3 Koefisien regresi harga (X2) sebesar 0,223 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel harga (X2) bertambah sebesar satu maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 6,771 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain bernilai konstan.
- 4 Koefisien regresi lokasi (X3) sebesar 0,284 bernilai positif, hal ini berarti jika variabel lokasi (X3) bertambah sebesar satu maka variabel keputusan pembelian (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 6,771 dengan asumsi bahwa variabel bebas lain bernilai konstan.

Uji t

Kualitas pelayanan (X₁)

Hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai sig. $0,033 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $1,983 > 1,979$ maka dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian catering UD Rirare. Kualitas pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) pada PT. Putra Handayani Trans (Ruswandriyo et al., 2024). Service quality secara parsial berpengaruh signifikan terhadap minat beli pada Samudra Supermarket Kediri (Pratiwi et al., 2023). Kualitas pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi harapan konsumen, tetapi juga dapat melebihi ekspektasi mereka, yang secara keseluruhan meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan Elmayudia Makeup Kediri (Maheswara et al., 2023). Apabila kualitas karyawan dalam memberikan pelayanan untuk calon pembeli dengan bersikap sopan, ramah, serta humbel pada saat konsumen melakukan pembelian maka konsumen akan memutuskan untuk melakukan pembelian produk yang ditawarkan sehingga hal ini dapat meningkatkan jumlah pembelian produk roti yang dijual (Wardani et al., 2022).

Harga (X₂)

Hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai sig. $0,037 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,112 > 1,979$ maka dapat diartikan bahwa harga (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian catering UD Rirare. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Toko Karya Abadi Kediri (Lusianto et al., 2024). Keberadaan harga digunakan sebagai tolak ukur harga pada sebuah produk tertentu untuk memperoleh manfaat dari produk atau jasa (Yolanda et al., 2023). Hal berbeda dengan penelitian ini, dimana penetapan harga tidak berpengaruh langsung secara negatif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Shopee pada mahasiswa di Kediri (Ambarwati et al., 2022).

Lokasi (X₃)

Hasil perhitungan diatas menunjukkan nilai sig. $0,004 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $2,919 > 1,979$ maka dapat diartikan bahwa lokasi (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian catering UD Rirare. Lokasi dalam memasarkan produk mempunyai peranan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan serta dapat meningkatkan jumlah pembeli (Dita Nurazizah et al., 2022).

Uji F

Nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ sebesar $9,527 > 2,68$ maka dapat diartikan bahwa kualitas Pelayanan (X1) harga (X2) dan lokasi (X3) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada catering UD Rirare. Harga yang ditawarkan sejalan dengan kualitas layanan yang luar biasa memberikan nilai tambah yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, karena mereka merasa mendapatkan nilai sebanding dengan uang yang mereka bayarkan (Maheswara et al., 2023). Harga yang diiklankan lebih terjangkau daripada supermarket lain dan sepadan dengan kualitas produk yang dijual (Angala et al., 2022).

Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 2
Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.925 ^a	.856	.852	1.75620

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

Sumber: Data Hasil SPSS 25.00 (2024)

Berdasarkan tabel 1.2 diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi R^2 atau *R Square* sebesar 0,856. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan harga dan lokasi mempengaruhi variabel kualitas pelayanan sebesar 85,6% dan sisanya 14,4% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Simpulan

Berdasarkan penelitian ini peneliti maka dapat di simpulkan kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di UD Rirare sebagai berikut: Terdapat pengaruh secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada catering UD Rirare. Terdapat pengaruh secara parsial antara harga terhadap keputusan pembelian pada catering UD Rirare. Terdapat pengaruh secara parsial antara lokasi terhadap Keputusan Pembelian pada catering UD Rirare. Terdapat pengaruh secara simultan antara kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian catering UD Rirare.

Adapun beberapa saran yang dapat di berikan agar mendapat hasil yang lebih baik untuk peneliti selanjutnya yaitu saran secara operasional diharapkan menjadi masukan bagi perusahaan dalam mengambil kebijakan langkah-langkah selanjutnya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang bagus untuk menarik konsumen membeli catering tersebut, selain itu juga harga sudah terjangkau dengan kualitas produ karena bisa menjadi pertimbangan untuk konsumen membeli catering di UD Rirare, dan selain itu lokasi yang strategis supaya konsumen bisa menjangkau tempat bisnis catering dan agar keputusan pembelian menjadi terpenuhi. Saran bagi peneliti diharapkan dapat memberi kontribusi bagi ilmu penelitian khususnya di bidang ilmu manajemen pemasaran terutama yang meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian membangun kepercayaan kepada konsumen atas catering UD Rirare.

Saran bagi peneliti selanjutnya dapat meneliti pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian catering UD Rirare. Fokuskan kepada kualitas pelayanan yang di berikan mempengaruhi keputusan pembelian, dan selain itu harga menjadi pertimbangan untuk membeli produk catering UD Rirare, Selain itu evaluasi untuk lokasi untuk memilih strategis supaya pelanggan bisa tau dan memesan catering di UD Rirare, metode penelitian ini bisa melibatkan cita rasa yang enak maka konsumen lebih tertarik membeli catering UD Rirare, serta menganalisis data ketiga variabel ini dan keputusan pembelian catering UD Rirare. Saran bagi instansi kualitas pelayanan tingkatkan kualitas pelayanan dengan memastikan staf yang ramah, responsif, dan profesional. Pelatihan rutin dan penilaian kinerja dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan. Harga sesuaikan dengan memberikan opsi paket catering UD. Rirare yang fleksibel dan sesuai dengan berbagai anggaran. Pertimbangkan promosi atau diskon untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama, pilih lokasi penyediaan layanan catering UD. Rirare yang strategis dan mudah diakses oleh target pasar. Jika memungkinkan, pertimbangkan untuk menawarkan layanan pengantaran gratis atau biaya pengantaran yang kompetitif untuk meningkatkan daya tarik.

Daftar Pustaka

- Ambarwati, D., Selviasari, R., & Dewi, A. S. (2022). Predicting Purchase Decisions on Kediri Consumer Students using Shopee Application. *Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 02(04), 253–267.
- Angala, V. P., Ambarwati, D., & Jatmiko, U. (2022). PENGARUH TATA LETAK, HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Swalayan Berkah Mandiri Mojo Kediri). *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 84–90. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.411>
- Ayunani, N. A., Varadina, Y., & Octavia, A. N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Solusi*, 21(3), 703. <https://doi.org/10.26623/slsi.v21i3.7079>
- Dita Nurazizah, Diana Ambarwati, & Udik Jatmiko. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi, Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Ud. Indokey Kediri. *GEMILANG: Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, 2(4), 76–86. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v2i4.142>
- Lusianto, K. S., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2024). The Influence Of Brand Image, Lifestyle, Promotion, and Price on Purchasing Decisions for Oppo Mobile Phones. *AJIM (Airlangga Journal of Innovation Management) Journal*, 5(1), 91–106.
- Maheswara, E. A., Ambarwati, D., & Zamzam, N. A. N. (2023). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada cv. adelia. *Business and Investment Review (BIREV)*, 1(5), 83–93.
- Nur Indahsari, L., & Roni, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo. *Margin: Jurnal Bisnis Islam Dan Perbankan Syariah*, 1, 51–60.

<https://doi.org/10.58561/margin.v1i1.18>

- Prasetyo, A. I., & Santoso, B. H. (2023). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN CAFÉ KALA SEDUH Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Pratiwi, Y., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2023). Pengaruh Service Quality dan Store Atmosphere terhadap Minat Beli Konsumen pada Samudra Supermarket Kediri. *Musytari Neraca Manajemen, Ekonomi*, 1(1), 1–16.
- Pribowo, M. G. N. A., & Milinia, A. T. (2022). *1, 2 1,2. 1(9)*, 2281–2292.
- Rachman. (2019). pengaruh citra toko dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Toko Laksana Motor Tasikmalaya. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 10–27.
- Ruswandriyo, A., Mega, S. W., & Ambarwati, D. (2024). Issn : 3025-9495. *Musytari Neraca Manajemen, Ekonomi*, 4(6), 124–133.
- Sugiyono. (2016). *metode penelitian kuantitatif,kualitatif, dan R&D* (cetakan ke). alfabeta bandung.
- Sugiyono. (2018). Bab III - Metode Penelitian Metode Penelitian. *Metode Penelitian*, 32–41.
- Suharlina, S. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan , Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan Abstrak The Effect of Service Quality , Price and Location on Consumer Purchase Decisions at Restaurants Abstrac. 2(1)*, 113–125.
- Undhar, L. (2020). Universitas Dharmawangsa. -, 224, 1–16.
- Wardani, D. S., Ambarwati, D., & Jatmiko, U. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kepercayaan, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Roti Dian Jaya Nganjuk. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Dan Bisnis*, 1(3), 77–83. <https://doi.org/10.51903/jimeb.v1i3.410>
- Yolanda, S. S., Ambarwati, D., & Agus, N. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Pengalaman Pelanggan terhadap Loyalitas pada Produk Lipstik Wardah di Toko Riska. *Lokawati: Jurnal Penelitian ...*, 1(6), 214–225.
- Zikri, A. M. I. H. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang terhadap Kepuasan Konsumen pada PT Pos Indonesia Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 1(1), 129–138.