PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN ATMOSFER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri)

SKRIPSI

Diajukan untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Disusun oleh :

DEA ALBENG PRAYOGO

NPM :11.1.02.02.0134

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2016

Skripsi oleh :

DEA ALBENG PRAYOGO
NPM : 11.1.02.02.0134

Judul :

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN ATMOSFER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS DI *INDOMART* JALAN MERBABU DERMO KOTA KEDIRI)

Telah disetujui untuk dianjukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
FE UNP Kediri

Tanggal : 4 – 9 Januari 2016

Pembimbing I	Pembimbing II
Dr. Subagyo	Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M
NIDN. 0717066601	NIDN. 721088505

Skripsi oleh :

DEA ALBENG PRAYOGO
NPM : 11.1.02.02.0134

Judul :

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN ATMOSFER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
(STUDI KASUS DI *INDOMART* JALAN MERBABU DERMO KOTA KEDIRI)

Telah dipertahankan didepan Panitia Ujian / Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen FE UNP Kediri

Pada tanggal : 6 Januari 2016

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Dr. Subagyo
2. Penguji I : Prof. Dr. H.Sugiono, S.pd., M.M
3. Penguji II : Moch. Wahyu Widodo, S.E., M.M

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Subagyo
NIDN. 0717066601

PENGARUH HARGA, PELAYANAN DAN ATMOSFER KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

(Studi Kasus di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri)

Dea Albeng Prayogo

NPM : 11.1.02.02.0134

Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen

Nur_1223@yahoo.co.id

Dr. Subagyo dan Moch. Wahyu Widodo, S.E, M.M

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi hasil pengamatan peneliti, bahwa perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia, terutama dunia usaha pada saat ini. Banyak para perusahaan yang bersaing untuk menarik para konsumen untuk membeli barang dagangannya. Untuk itu pengusaha harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) apakah harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian? (2) apakah pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian? (3) apakah atmosfer kenyamanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian? (4) apakah harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini dilakukan di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel-variabel harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan hasil uji F sebesar 14,790 dengan tingkat sig F=0,000. Secara parsial, variabel harga diperoleh t hitung 2,945 > t tabel 2,028, variabel pelayanan diperoleh t hitung 0,14 < t tabel 2,028, variabel atmosfer kenyamanan diperoleh t hitung 5,312 > t tabel 2,028 yang artinya variabel harga dan atmosfer kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan variabel pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan hasil penelitian ini disarankan *Indomart* terus meningkatkan faktor-faktor yang menjadi pengaruh keputusan pembelian terutama dalam hal pelayanan, karena dengan meningkatkan faktor-faktor tersebut maka konsumen akan meningkatkan pembelian.

Kata kunci: harga, pelayanan, atmosfer kenyamanan dan keputusan pembelian

BAB I

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan industri membawa dampak bagi kehidupan manusia, terutama dunia usaha pada saat ini. Banyak para perusahaan yang bersaing untuk menarik para konsumen untuk membeli barang dagangannya. Untuk itu pengusaha harus tanggap terhadap apa yang harus dilakukan terkait dengan kelangsungan hidup usahanya, karena konsumen akan semakin selektif dalam melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhannya. Menurut Meldarianan dan Lisan (2010), hal yang harus dilakukam perusahaan agar mampu bersaing adalah perusahaan harus mendefinisikan keinginan dan kebutuhan dari sudut pandang konsumen dan pasar yang semakin dinamis, sehingga mengharuskan perusahaaan untuk secara terus menerus berimprovisasi dan berinovasi dalam mempertahankan konsumennya. Semakin ketatnya persaingan antar bisnis ritel modern, menyebabkan diperlukannya peningkatan kekuatan dalam perusahaan agar mampu menarik niat beli konsumen yang dapat dilakukan dengan cara memunculkan keunikan atau suatu ciri khas usaha yang membedakan dengan pesaing.

Terkait harga, di Swalayan kadang lebih mahal dan kadang lebih murah dibandingkan dengan pasar tradisional. Harga telah menjadi hal penting yang mempengaruhi pilihan pembeli. Menurut Indriyono (2008:272) pengertian harga adalah “sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah barang beserta jasa-jasa tertentu atau kombinasi dari keduanya”. Kualitas produk dapat juga dilihat dari harganya, sehingga produk dengan kualitas terbaik akan dipatok dengan harga yang tinggi. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk dapat dipengaruhi oleh harga produk tersebut (Iswayanti, 2010). Jika harga produk yang ditawarkan tidak masuk akal , maka akan menyebabkan konsumen merasa dieksploitasi dan karenanya konsumen akan memandang harga secara tidak wajar (Consuegra, D.Molina A dan Esteban, 2007).

Dari segi pelayanan juga harus diperhatikan dengan sungguh-sungguh, karena hal ini menyangkut pemenuhan kebutuhan yang diinginkan konsumen. Menurut Iswayanti (2010), tentang pengaruh pelayanan terhadap konsumen adalah sebagai berikut pelayanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian secara berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan, dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan

dan loyalitas konsumen serta membantu menjaga jarak dengan pesaing. Pelayanan memiliki pengaruh besar terhadap kepuasan konsumen, tanpa adanya pelayanan yang baik pada suatu toko, maka konsumen tidak akan merasa puas, sehingga dampak negatif akan muncul pada toko tersebut.

Setelah mendapat pelayanan yang baik maka konsumen membutuhkan atmosfer kenyamanan, dimana merupakan efek emosional dan estetika secara keseluruhan yang dapat dibuat oleh fasilitas fiskal toko atau pengalaman semua indera konsumen yang diciptakan oleh toko. Penciptaan suasana toko dapat dilakukan melalui komunikasi visual, pencahayaan, warna dan musik (Whidya, 2008:163). Secara tidak langsung, suasana nyaman dari atmosfer toko dapat mempengaruhi konsumen untuk melakukan pembelian (Utami, 2012).

Hal inilah yang mendorong peneliti untuk meneliti mengenai keputusan pembelian di Indomart dan untuk mengevaluasi betapa pentingnya harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan pada Indomart dalam upaya untuk meningkatkan keputusan pembelian yang nantinya akan berpengaruh pada kelangsungan hidup perusahaan maka penulis ingin melakukan penelitian dengan judul: "Pengaruh Harga, Pelayanan dan Atmosfer Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri".

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan pada latar belakang tersebut, maka dapat dikemukakan identifikasi masalah antara lain:

1. Harga yang ditawarkan *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri masih perlu perbaikan.
2. Pelayanan yang dilakukan *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri masih perlu peningkatan.
3. Atmosfer Kenyamanan yang diberikan *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri masih belum maksimal.
4. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian antara lain yaitu harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan.

C. Batasan Masalah

Agar bahasan tidak meluas, maka penulis memberi batasan masalah sebagai berikut :

1. Variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian dibatasi pada:
   a. Harga
   b. Pelayanan
   c. Atmosfer Kenyamanan

2. Objek dalam penelitian ini yakni *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.
3. Subjek yang diteliti yaitu pelanggan atau konsumen yang pernah berkunjung

D. Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalahnya, yaitu:

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri?
2. Apakah pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri?
3. Apakah atmosfer kenyamanan ruangan berpengaruh terhadap
3. Untuk mengetahui hubungan atmosfer kenyamanan ruangan terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.

F. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Sebagai bahan informasi dan pengayaan bagi pengembangan khasanah ilmu pengetahuan khususnya manajemen pemasaran.

keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri?

4. Apakah harga, pelayanan, dan atmosfer kenyamanan ruangan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri?

E. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan harga terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui hubungan pelayanan terhadap keputusan pembelian di *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.

2. Manfaat Praktis

Hasil ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif untuk memahami karakteristik pembeli kepada perusahaan yang diteliti sehigga dapat menjadi pertimbangan dalam rangka menentukan strategi perusahaan guna meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

A. Keputusan Pembelian

1. Pengertian Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan kegiatan individu, kelompok atau organisasi yang terlibat secara langsung dalam keputusan membeli produk yang ditawarkan produsen kepada pembeli.

2. Indikator Keputusan Pembelian

Kotler (2005:204) mengemukakan ada lima tahapan keputusan pembelian yaitu:

a. Pengenalan masalah
b. Pencarian informasi
c. Evaluasi alternatif
d. Keputusan pembelian
e. Perilaku setelah pembelian

B. Harga

1. Pengertian Harga

Harga menurut Swastha (2003:251) adalah nilai suatu barang dan jasa yang dapat diukur dengan sejumlah uang. Harga merupakan elemen dari bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, dimana suatu saat harga akan stabil dalam waktu tertentu tetapi dalam

2.Indikator Yang Mempengaruhi Tingkat Harga

Menurut Swastha dan Irawan (2008:242-246) ada beberapa faktor yang mempengaruhi tingkat harga, antara lain

a. Elastisitas Permintaan
b. Persaingan
c. Biaya

C. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012:58-59) yang dimaksud pelayanan adalah "suatu sikap atau cara dalam melayani pelanggan supaya pelanggan mendapatkan kepuasan yang meliputi kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan"

2. Faktor-Faktor Yang Menentukan Pelayanan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan sebelumnya oleh Pasuraman, Zheithami dan Berry (dalam Lupiyoadi 2006:162) didefinisikan 5 faktor utama yang menentukan pelayanan, yaitu:

a. *Tangible* (berwujud
b. *Realibility* (keandalan)
c. *Responssiveness* (ketanggapan)
d. *Assurance* (jaminan dan kepastian)

e. *Emphaty* (empati)

D. Atmosfer Kenyamanan

1. Pengertian Atmosfer Kenyamanan

Atmosfer kenyamanan sebagai salah satu sarana komunikasi dapat berakibat positif dan menguntungkan dibuat sedemikian menarik. Tetapi sebaliknya mungkin dapat menghambat

2. Faktor-Faktor Kenyamanan Toko

Menurut Whidya (2008:163-166) penciptaan suasana kenyamanan toko dapat dilakukan melalui:

a. Komunikasi Visual

b. Cahaya

c. Warna toko

E. Penelitian Terdahulu

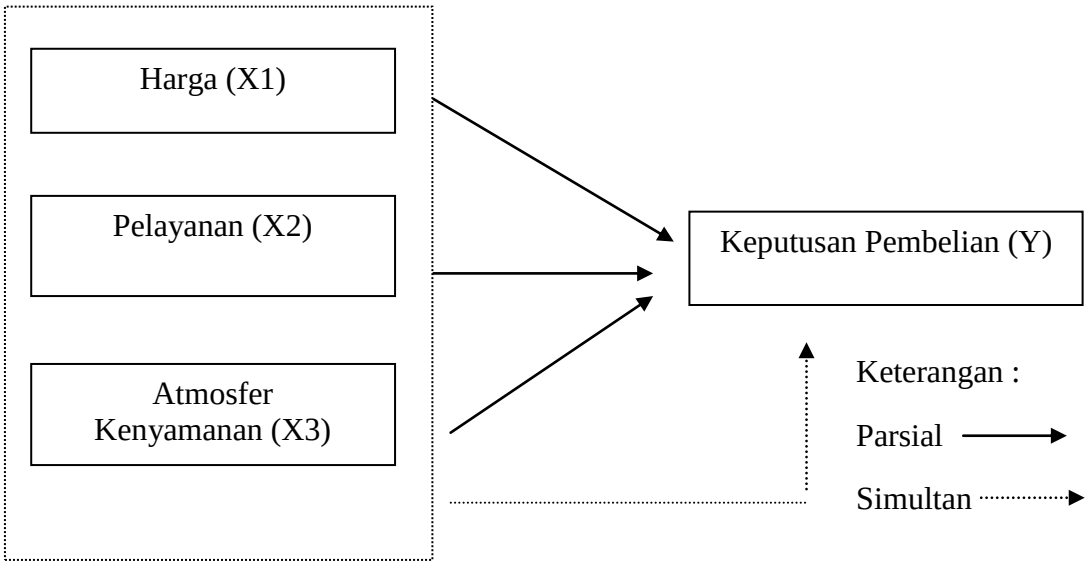
1. Sulistiono (2010) melakukan penelitiian dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Srondoh Indah Semarang".

2. Qomariyah (2012) melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Citra Institusi Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan".

3.Nurlaela (2012) melakukan penelitian dengan judul "Analisa Pengaruh Faktor Harga, Kelengkapan Barang dan Pelayanan Terhadap Keputusan Berbelanja".

F.Kerangka Konseptual

1.Kerangka Konseptual



G. Hipotesis

1.Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

2.Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

3.Atmosfer kenyamanan berpengaruh signifikan keputusan pembelian.

4.Harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Variabel Penelitian

Variabel dependen pada penelitian ini adalah harga (X1), pelayanan (X2), atmosfer kenyamanan (X3).

Variabel independen pada penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y).

B. Teknik dan Pendekatan Penelitian

1. **Teknik Penelitian**
2. **Pendekatan Penelitian**

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Umar (2001:145), populasi memiliki pengertian sebagai, "wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristiktertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

2. Sampel

Sampel, menurut Sugiyono (2011:109), adalah sebagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 40 responden, Menurut *Rosque* (dalam Sugiyono, 2011:130) bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan korelasi atau regresi berganda, maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali variabel yang diteliti, dalam penelitian ini ada 4 variabel (bebas dan terikat), maka jumlah anggota sampel 10x4 = 40 pelanggan. Sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 40 orang yang respondennya

1. **Tempat**

Penelitian ini berlokasi di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.

2. **Waktu**

Penelitian dilaksanakan selama enam bulan, dimulai dari bulan mei-oktober 2015. Waktu empat bulan tersebut digunakan untuk berbagai kegiatan penelitian, mulai persiapan, pembuatan instrumen penelitian, pengumpulan data, analisis data, dan penyusunan laporan.

berstatus pelanggan *Indomart* Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri Tahun 201

D. Instrumen Penelitian

1. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data (Sugiyono, 2011:102). Dalam penelitan ini, peneliti menggunakan instrumen yakni berupa angket (kuisioner) dan check list.

2. Pengujian Intrumen

Pengujian instumen dilakukan untuk mengetahui kualitas intrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Instrumen yang baik harus memenuhi persyaratan penting yaituvalid dan reabel. Oleh karena itu, amgkat harus diuji kevaliditasan dan kereabilitasan terlebih dahulu sebelum digunakan

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan kuesioner dan penelitian ke perpustakaan.

BAB IV
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Uji Instrumen

Uji Validitas

Tabel

Hasil Pengujian Validitas

Variabel	Nomor Item	r hitung	r tabel	Sig	Ket
Harga (X1)	1	0,574	0,312	0,000	Valid
	2	0,510	0,312	0,000	Valid
	3	0,498	0,312	0,000	Valid
	4	0,664	0,312	0,000	Valid
	5	0,663	0,312	0,000	Valid
	6	0,581	0,312	0,000	Valid

Pelayanan (X2)	1	0,675	0,312	0,000	Valid
	2	0,499	0,312	0,000	Valid
	3	0,364	0,312	0,000	Valid
	4	0,499	0,312	0,000	Valid
	5	0,435	0,312	0,000	Valid
	6	0.561	0,312	0,000	Valid
	7	0,645	0,312	0,000	Valid
	8	0,573	0,312	0,000	Valid
Atmosfer Kenyamanan (X3)	1	0,503	0,312	0,000	Valid
	2	0,595	0,312	0,000	Valid
	3	0,579	0,312	0,000	Valid
	4	0,384	0,312	0,000	Valid
	5	0,738	0,312	0,000	Valid
	6	0,714	0,312	0,000	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	1	0,668	0,312	0,000	Valid
	2	0,427	0,312	0,000	Valid
	3	0,501	0,312	0,000	Valid
	4	0,443	0,312	0,000	Valid
	5	0,500	0,312	0,000	Valid
	6	0,698	0,312	0,000	Valid
	7	0,592	0,312	0,000	Valid
	8	0,412	0,312	0,000	Valid

Sumber : data primer yang *diolah peneliti, 2015*

B. Uji Asumsi Klasik

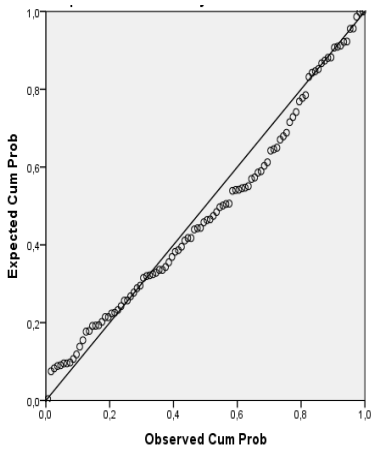
Tabel
Pengujian Multikolinearitas

Coefficients[a]								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,596	4,338		,137	,891		
	Harga	,343	,116	,334	2,945	,006	,967	1,035
	Pelayanan	,002	,139	,002	0,14	,989	,973	1,028
	Atmosfer kenyamanan	,870	,164	,606	5,312	,000	,950	1,052
a. Dependent Variable: keputusan pembelian								

Uji Normalitas

Normal P-*P Plot Of Regression Standardized* Residual

***Dependent Variabel* : Keputusan Pembelian**



Gambar

Uji Normalitas

Pada gambar diatas dapat dilihat bahwa grafik *normal probability plot of regression standardized* menunjukan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik-titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal

Analisis Persamaan Regresi Linier Berganda

Tabel
Hasil Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]			
Model		Unstandardized Coefficients	
		B	Std. Error
1	(Constant)	,596	4,338
	Harga	,343	,116
	Pelayanan	,002	,139
	Atmosfer kenyamanan	,870	,164
a. Dependent Variable: keputusan pembelian			

Sumber : Output SPSS

$$Y = 0{,}343X_1 + 0{,}002X_2 + 0{,}870$$

D.Pembahasan

1. **Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian**
2. **Pengaruh Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian**
3. **Pengaruh Atmosfer Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian**
4. **Pengaruh Harga, Pelayanan, dan Atmosfer Kenyamanan terhadap Keputusan Pembelian**

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI, DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan mengenai harga, pelayanan dan atmosfer kenyamanan terhadap keputusan pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri, maka dapat ditarik kesimpulan :

1. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri. Hal ini berarti bahwa jika harga yang ditawarkan terjangkau, maka terjadi peningkatan pada keputusan pembelian.
2. Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri. Hal ini terjadi dikarenakan konsumen yang berbelanja tidak memandang pelayanan sebagai faktor utama dalam melakukan pembelian.
3. Atmosfer kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri. Menunjukkan bahwa apabila semakin baik atmosfer kenyamanan maka akan meningkatkan keputusan pembelian.
4. Adanya pengaruh yang signifikan antara harga, pelayanan, dan atmosfer kenyamanan terhadap keputusan pembelian di Indomart Jalan Merbabu Dermo Kota Kediri.

B. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Bagi Perusahaan**

   Diharapkan dengan adanya penelitian ini, perusahaan terus melakukan

dan meningkatkan harga, pelayanan dan kenyamanan terhadap usahanya. Apabila pelayanannya baik maka akan meningkatkan jumlah konsumen yang akan berbelanja di Indomart.

2. **Bagi Peneliti Selanjutnya**

Hasil penelitian ini karena masih ada pengaruh dari variabel luar yang ada dalam penelitian ini yakni sebesar 8%, maka hasil penelitian ini dapat menjadi dapat menjadi jembatan untuk melakukan penelitian lanjutan khususnya di bidang kajian yang sama. Diharapkan peneliti seelanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini, bahan untuk melakukan penelitian lanjutan dengan memasukkan dalam penelitian ini, seperti selera konsumen, promosi dan ekuitas merek.

DAFTAR PUSTAKA

Consuegra, D., Molina, A., dan Esteban, A. 2007. An Integrated Model of Price, Satisfaction and Loyality: *an Empirical Analysis in Service Sector*. *Journal of Product & Brand Management, 16(2);459-468.*

Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS, cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Indriyono. 2008. *Manajemen Retail* (hlm. 272). Jakarta: Erlangga.

Iswayantika, Ika Putri. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, Tempat terhadap Keputusan Pembelian* (Studi pada Rumah Makan "Soto Angkring Mas Boed" di Semarang). *Skripsi* Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.

Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Bahasa Indonesia Jilid I dan II. Penerbit: PT.Prenhalindo Jakarta.

Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta. (hlm.337)

Kotler, Philip. 2005. *Analisa Perilaku Konsumen*. Erlangga. Jakarta. (hlm. 204)..

Lupiyoadi, Rambat. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa, Teori dan Praktik*. Jakarta:Salemba Empat.

Meldariana, Resti dan Hengky Lisan S. 2010. Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Resort Café Atmosphere Bandung. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE). 17(2):50-65.*

Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.

Swastha, Basu. 2003. *Azas-Azas Marketing*. Liberty. Jogjakarta. (hlm. 251)