JURNAL

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG

THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY, LOCATION AND PRICE TO THE BUYING DECISION OF "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG

Oleh:

UMI FADILAH

13.1.02.02.0291

Dibimbing oleh :

1. **BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.IP., M.M.**
2. **RONY KURNIAWAN, M.M.**

PROGRAM STUDY MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2017

Skripsi Oleh :

UMI FADILAH
NPM : 13.1.02.02.0291

Judul :

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG

Telal

Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 11 Juli 2017

Pembimbing I,	Pembimbing II,
BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.IP., M.M.	**RONY KURNIAWAN, M.M.**
NIDN. 0730088001	NIDN. 0730076804

ii

Skripsi oleh:

UMI FADILAH
NPM: 13.1.02.02.0291

Judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri

Pada Tanggal : 11 Juli 2017

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji :

1. Ketua : Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. ( )
2. Penguji I : Ema Nurzainul Hakimah, S.E., M.M. ( )
3. Penguji II : Suhardi, S.E., M.Pd. ( )

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi,

Dr. Subagyo, M.M
NIDN. 0717066601

iii

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: UMI FADILAH
NPM	: 13.1.02.02.0291
Telepun/HP	: 085-646-770-457
Alamat Surel (Email)	: umi.fadilah2606@yahoo.co.id
Judul Artikel	: PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG
Fakultas – Program Studi	: Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	: Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	: Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 76, Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur 64112

Dengan ini menyatakan bahwa :

a. artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiarisme.
b. artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 11 Juli 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. NIDN. 0730088001	Rony Kurniawan, M.M. NIDN. 0730076804	Umi Fadilah NPM. 13.1.02.02.0291

PENGARUH KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA "CAFE BIMA" BANDUNG TULUNGAGUNG

UMI FADILAH
13.1.02.02.0291
Ekonomi - Manajemen
Email: umi.fadilah2606@yahoo.co.iD
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. [1] dan Roni Kurniawan, M.M. [2]
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh hasil pengamatan dan pengalaman penulis pada saat berkunjung ke lokasi, bahwa pada tempat yang diteliti mempunyai masalah-masalah yang menarik untuk diteliti. Permasalahan dalam penelitian ini adalah apakah dengan kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dengan mengetahui permasalahan tersebut penulis melakukan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.

Metode yang digunakan untuk penelitian ini adalah dengan menyebarkan lembar kuesioner dengan jumlah responden sebanyak 100 responden, yang diukur menggunakan metode skala likert dengan subyek penelitian adalah pengunjung "Cafe Bima" Bandung Tulungagung yang berumur antara 17 tahun sampai umur 25 tahun.

Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.

Dari hasil penelitian terdapat simpulan dari penelitian ini yaitu kualitas produk yang baik, dengan lokasi yang strategis serta lokasi parkir yang nyaman dan harga yang terjangkau dapat menciptakan keputusan pembelian. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian menggunakan analisis Uji F (simultan) menunjukkan nilai sig = 0,000 < 0,05 yang artinya Ho ditolak dan Ha diterima, bahwa kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

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

I. LATAR BELAKANG

Perkembangan zaman yang semakin maju berdampak pada perkembangan usaha dan bisnis salah satunya yaitu dibidang kuliner. Makanan dan minuman yaitu kebutuhan primer manusia yang mengakibatkan bisnis kuliner memiliki nilai lebih dibanding usaha jenis lainnya. Saat ini dikalangan remaja yang paling *trend* yaitu *cafe* dimana *cafe* tempat nongkrong asik bersama teman-teman. Pertumbuhan bisnis *cafe* di Indonesia semakin menjanjikan dan layak diperhitungkan. Berdasar data dari Dinas Pariwisata Dan Kebudayaan Kabupaten Tulunggagung tahun 2016, setidaknya ada lebih dari 13.000 gerai dengan nilai omset lebih dari Rp 10 triliun setiap tahun kondisi ini diprediksi akan terus meningkat.

Banyaknya pelaku bisnis yang sama mengakibatkan persaingan yang terjadi diantara para pebisnis itu sendiri akan semakin ketat sehingga memaksa mereka harus putar otak keras lagi untuk menyiapkan strategi yang tepat supaya pangsa pasar meningkat demi meningkatkan laba. Mereka menyiapkan strategi-strategi baru yang lebih menarik agar produk-produk yang diproduksi dapat diterima oleh konsumen. Para pemasar harus bisa menawarkan produk kepada konsumen dan dapat menganalisis faktor-faktor yang menjadi dasar perilaku keputusan konsumen dalam melakukan pembelian. Menurut Kotler (2011:206) "keputusan pembelian adalah keputusan untuk membeli yang diambil oleh konsumen itu merupakan kumpulan dari sebuah keputusan". Selanjutnya dalam tabel 1.1 dibawah ini adalah data kunjungan konsumen ke "Cafe Bima" Bandung yang terjadi ditahun 2016-2017 yaitu sebagai berikut:

Tabel 1.1

Kunjungan Pelanggan Ke "Cafe Bima" Bandung

No	Bulan	Tahun 2016 (Orang)	Tahun 2017 (Orang)
1	Januari	1180	920
2	Pebruari	870	865
3	Maret	789	945
4	April	905	896
5	Mei	970	998
6	Juni	1350	1360
7	Juli	1090	-
8	Agustus	910	-
9	September	850	-
10	Oktober	965	-
11	November	970	-
12	Desember	925	-

Sumber:Data Penjualan "Cafe Bima" Bandung

Dilihat dari Tabel 1.1 "Cafe Bima" mengalami *fluktuasi*, dimana setiap bulannya penjualannya berubah-ubah. Hal ini diakibatkan oleh banyak faktor. Pada tahun 2016 jumlah penjualan naik dan tertinggi yaitu bulan Juni karena pada saat bulan ramadhan "Cafe Bima" menjadi tempat andalan untuk berbuka puasa. Dan penjualan menurun di tahun 2017 dikarenakan faktor cuaca yaitu musim penghujan dan ada perbaikan saluran air di depan "Cafe Bima" yang diprediksi selesai bulan depan.

Salah satu pertimbangan dalam memutuskan pembelian adalah kualitas produk. Dengan kualitas produk yang baik dapat mempengarui keberhasilan keputusan pembelian. Menurut Kotler & Amstrong (2012:27) mengatakan bahawa "kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketetapan, kemudahan operasi dan perbaikan produk serta atribut lainnya". Faktor kualitas produk juga sebagai faktor penentu tingkat kepuasan yang diperoleh konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Faktor yang mempengarui keputusan pembelian yaitu kualitas produk.

Selanjutya dalam meningkatkan keputusan pembelian selain kualitas produk dan lokasi, harga juga menentukan konsumen melakukan keputusan pembelian. Menurut Cannon (2016:176) mengatakan bahwa "Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan, jadi harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan". Beberapa orang beranggapan bahwa makanan dan minuman yang dijual di *cafe* itu mahal, padahal tidak semua makanan dan minuman yang dijual di *cafe* itu mahal. Oleh karena itu pemilik harus dapat membaca keinginan para konsumenya yaitu memberikan harga yang terjangkau dengan kualitas produk yang sesuai.

Meningkatkan kualitas produk dan pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian pada konsumen. Konsumen berharap mendapatkan kualitas produk yang baik dari *cafe* dan pemilik *cafe* juga berusaha memberikan kualitas produk yang baik untuk para konsumennya. Lokasi "Cafe Bima" strategis mudah dijangkau hal ini yang menjadi bahan pertimbangan konsumen. Dengan kualitas produk yang baik dan pemilihan lokasi yang tepat dapat meningkatkan keputusan pembelian.

Dalam meningkatkan keputusan pembelian faktor yang diperhatikan yaitu lokasi yang strategis yang mudah dijangkau oleh konsumen karena pemilihan lokasi yang tepat menjadi salah satu faktor penting dan sangat menentukan keberhasilan usaha. Serta harga yang kompetitif juga dapat menarik minat konsumen karena mereka selama ini beranggapan makanan dan minuman di *cafe* harganya mahal oleh karena itu pemilik menghapus anggapan bahwa makanan dan minuman di *cafe* itu selalu mahal karena di "Cafe Bima" harganya sangat kompetitif yang dapat dijangkau oleh semua pihak.

Kualitas produk yang baik dengan harga yang kompetitif dapat meningkatkan keputusan pembelian. Kualitas produk yang baik sesuai dengan apa yang diinginkan konsumen. Dan memberikan harga yang kompetitif sesuai dengan kualitas produk. "Cafe Bima" berusaha memberikan kualitas produk yang baik dengan harga yang kompetitif. Karena banyak *cafe* yang kualitas produknya kurang baik tetapi mematok harga yang cukup tinggi."Cafe Bima" selalu memperhatikan kualitas produknya yaitu dengan memilih bahan-bahan yang terbaik. Pemilihan lokasinya juga sangat strategis yaitu jalan utama Kecamatan Bandung yang sering dilewati oleh masarakat, aksesnya pun juga cukup mudah dan lokasinya tersebut di tepi jalan yang menuju daerah pariwisata yaitu Pantai Prigi. Dengan rasa makanan dan minuman yang enak, konsep yang

menarik ditambah lagi harga yang bersahabat dapat menarik konsumen dan membuat konsumen selalu datang kembali.

II. METODE

1. Variabel Penelitian

Variabel Terikat *(Dependen Variable)*, Menurut Sugiyono (2016:64) "variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas". Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah keputusan pembelian (Y).

Variabel Bebas *(Independen Variable)*, Menurut Sugiyono (2016:64) "variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat *(dependen variable)".* Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah kualitas produk, (X1), lokasi (X2), dan harga (X3).

2. Pendekatan dan Teknik Penelitian

Pendekatan penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Peneliti menyusun instrumen penelitian kuantitatif dengan menyebar kuesioner untuk mendapatkan data penelitian, selanjutnya data yang diperoleh tersebut diproses dengan cara memberi simbol angka untuk selanjutnya diolah dengan menggunakan SPSS versi-23

Teknik penelitian dalam penelitian ini menggunakan penelitian yang bersifat kausal (sebab-akibat). Menurut Sugiyono (2016:62) "penelitian kausal adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengungkapkan permasalahan yang bersifat hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih". Teknik penelititan kausal digunakan untuk mengetahui sebab-akibat dari variabel-variabel yang diteliti untuk menjawab pertanyaan penelitian. Penelitian kausal biasanya menggunakan metode eksperimen yaitu dengan mengendalikan *independen variable* yang akan mempengaruhi *dependen variable* pada situasi yang telah direncanakan. Dalam penelitian ini variabel kualitas produk, lokasi dan harga mempengaruhi variabel keputusan pembelian.

Penelitian dilakukan di "Cafe Bima" Bandung yang beralamatkan Jalan Raya Bandung-Prigi Kecamatan Bandung Kabupaten Tulungagung. Penelitian dilakukan selama empat bulan yaitu sejak bulan Maret 2017 sampai dengan bulan Juni 2017.

3. Populasi dan Sampel

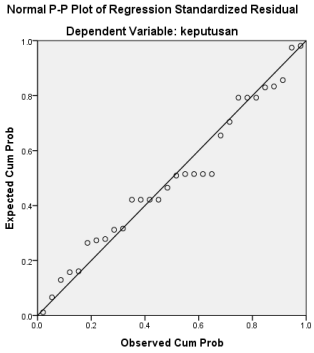
Menurut Sugiyono (2016:119) populasi diartikan sebagai berikut : populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung "Cafe Bima" Bandung Tulungagung yang difokuskan kepada anak muda yang berusia antara 17 tahun sampai dengan umur 25 tahun.

Menurut Sugiyono (2016:174), "sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus benar-benar representatif. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang mengunjungi "Cafe Bima" pada saat penelitian yang berusia 17 sampai usia 25 tahun, dengan jumlah responden laki-laki sebanyak 40 orang dan perempuan berjumlah 60 orang jadi jumlah responden sebanyak 100 oraang. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan jenis *Sampling Kuota* alasan peneliti memakai sample ini karna responden yang diteliti sudah ditentukan berdasarkan karakteristik yaitu berdasar usia dan jenis kelamin. Menurut Sugiyono (2016:126), "*Sampling kuota* adalah teknik untuk menentukan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah (kuota) yang diinginkan".

III. HASIL DAN KESIMPULAN ANALISIS DATA

1. Uji Asumsi Klasik

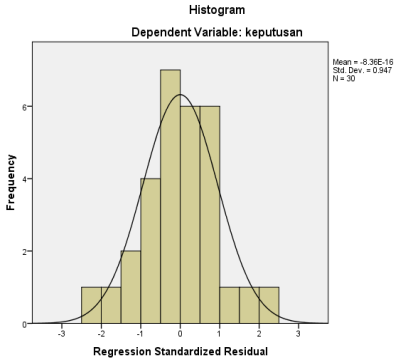
Hasil uji normalitas dengan SPSS 23.0 digambarkan pada gambar 4.2 adalah sebagai berikut:



Dari gambar diatas menunjukkan bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa data dalam variabel-variabel ini berdistribusi.

Dari gambar dibawah ini diketahui persebaran nilai dari kuesioner yang dimiliki oleh responden dikatakan normal hasil uji normalitas memperlihatkan bahwa intrumen penelitian normal

dalam digunakan untuk melakukan penelitian dan kuesioner dapat digunakan untuk mengukur hasil belajar. Dari kurva yang terdapat dalam gambar tersebut diketahui bahwa mean dari intrumen penelitian adalah 4.4 dan standar deviansi adalah 0.985 dengan N = 100. Hal ini dikatakan normal karena gambar dari kurva seimbang antara nilai kiri dan kanan dari 0.



2. Uji Multikolinieritas

Hasil dari uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.7 dibawah ini:

Tabel
Uji Multikolinieritas

Coefficients[a]

		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas	.491	2.035
	Lokasi	.633	1.581
	Harga	.725	1.379

a. Dependent Variable: keputusan

Dari tabel nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,5 dan nilai VIF lebih besar dari 1.0 maka kuesioner ini memenuhi syarat uji multikolinieritas. Mengetahui hasil dari tabel 4.7 diatas, nilai VIF kualitas produk adalah 2.035 lebih besar dari 0,5, selanjutnya nilai VIF variabel lokasi 1.581 > 0.5 dan nilai VIF variabel harga 1.379 > 0.5 dapat disimpulkan tidak terdapat multikolenier pada seluruh variabel yang diujikan.

3. Uji Autokorelasi

Hasil dari uji autokorelasi dapat dilihat pada tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel
Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901[a]	,813	,807	1,463	2,777

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, kualitas.produk

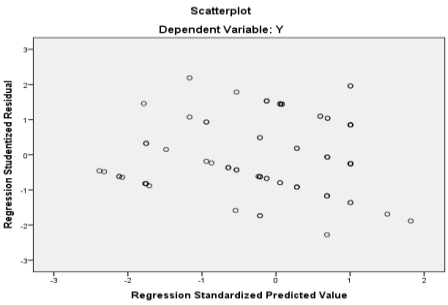
b. Dependent Variable: keputusan.pembelian

Sedangkan dari tabel di atas dapat dilihat bahwa hasil uji nilai uji *Durbin-Watson* sebesar 2,777 dengan signifikansi 5% dan jumlah data (n) = 100, serta k = 3 (k adalah jumlah variabel independen) diperoleh dU sebesar 1,5969 dan 4–dU sebesar 2,777. Karena dU (1, 4869) < DW (6,025) < 4–dU (2,4031), maka data dalam penelitian ini dapat disimpulkan tidak terjadi autokorelasi.

4. Uji Heterokedastisitas

Hasil dari perhitungan ini untuk mengetahui adanya

penyimpangan dari syarat uji regresi, hasil dari uji heteroskedastisitas adalah sesuai pada gambar 4.4 dibawah ini :



Hasil Uji dapat ditarik kesimpulan apabila posisi titik menyebar dan tidak membentuk pola, maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

REGRESI LINER BERGANDA

Analisis ini berguna untuk mengetahui arah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1,X_2,X_3) dengan variabel dependen (Y) apakah masing-masing variabel independen berhubungan positif atau negatif dengan asumsi konstan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel independen mengalami kenaikan atau penurunan. Hasil regresi linier berganda digambarkan pada tabel 4.9 dibawah ini :

Hasil
Uji Regresi Liniear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	18,626	2,865			
	kualitas.produk	1,046	,037	,055	.491	2.035
	Lokasi	0,906	,045	,893	.633	1.581
	Harga	1,061	,039	,069	.725	1.379

a. Dependent Variable: keputusan.pembelian

Dari tabel 4.9 hasil dari pengujian regresi linier berganda adalah 18.626 dengan tingkat signifikansi adalah 0,000 hal ini berarti bahwa terdapat hubungan yang erat antara kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.

UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Angka yang digunakan dalam penilaian interpretasi adalah nilai R dari data tabel *Model Summary* dengan hasil yang digambarkan pada tabel sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,901[a]	,813	,807	1,463	2.777

a. Predictors: (Constant), harga, lokasi, kualitas.produk
b. Dependen Variable: keputusan pembelian

Berdasarkan tabel 4.10 nilai *Adjusted R Square* sebesar 0,807 maka Pengaruh Ada pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung sebesar 80.7 % sedangkan 19.3 % adalah variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian.

UJI HIPOTESIS

1. Uji t

Perhitungan hipotesis dalam penelitian ini menggunakan rumus uji t dengan memanfaatkan software SPSS 23.0, hasil dari perhitungan dari hipotesi untuk mengetahui hubungan yang erat antara kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung. Hasil dari perhitungan hipotesis adalah sebagai berikut: Untuk mengetahui kebenaran hipotesis digunakan kriteria bila Ho ditolak dan Ha diterima, artinya ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat begitu pula sebaliknya bila menerima Ho dan menolak Ha artinya tidak ada pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil dari uji t digambarkan pada tabel dibawah ini:

Tabel
Hasil Uji T

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	18,626	2,865			
kualitas.produk	1,046	,037	,055	.491	2.035
Lokasi	0,906	,045	,893	.633	1.581
Harga	1,061	,039	,069	.725	1.379

a. Dependent Variable: keputusan.pembelian

Hasil dari tabel 4.11 distribusi t (t hitung) kemudian dibandingkan dengan table distribusi kemudian daerah penerimaan dan penolakan sebagai berikut:

a. Hasil 491 dengan signifikan 0.002: maka Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.
b. Hasil 633 dengan nilai signifikan 0.002. maka Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat pengaruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.
c. Hasil 725 dengan nilai signifikan 0.001. maka Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat pengaruh

yang signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.

2. **Uji F**

Untuk menentukan F_{tabel} yaitu dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, α = 5%, df 1 (jumlah variabel-1) atau 3-1 =2 df 2 (n-k-1) atau 100-2-1 = 97 Hasil diperoleh untuk F_{tabel} sebesar 138.798. Berdasarkan hasil penghitungan dengan bantuan progam SPSS 23.0 diperoleh hasil pada tabel 4.12 sebagai berikut:

Tabel
Hasil Uji F

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	18,626	2,865			
	kualitas.produk	1,046	,037	,055	.491	2.035
	i	0,906	,045	,893	.633	1.581
	Harga	1,061	,039	,069	.725	1.379

a. Dependent Variable: keputusan.pembelian

Dari tabel 4.12 ANOVA diatas menunjukkan dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05 dan (138.798) > (3,98), maka H_o ditolak dan H_a diterima. Ada pengaruh kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di "Cafe Bima" Bandung Tulungagung**.**

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, diperoleh hasil bahwa kualitas produk, lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian "Cafe Bima" Bandung Tulngagung, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Kualitas produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada "Cafe Bima" Bandung Tulungagung. Hal ini berarti bahwa kualitas produk memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
2. Lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada "Cafe Bima" Bandung Tulungagung. Hal ini berarti bahwa lokasi memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
3. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada "Cafe Bima" Bandung Tulungagung. Hal ini berarti bahwa harga memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian.
4. Dari data yang diperoleh dengan cara menyebar kuesioner menunjukan bahawa variabel kualiatas produk, lokasi dan harga secara simultan berpengaruh

terhadap Keputusan Pembelian pada "Cafe Bima" Bandung Tulungagung.

IV. DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabet.

Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi. Bandung : Alfabeta.

Assauri, M. 2012. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Jakarta: Graha Ilmu.

Cannon, Joseph. 2016. Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global. Jakarta : Salemba Empat.

Ghozali, Imam. 2016. Aplikaasi Analitis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi 8. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kamal, 2015**.** *Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng "Juwana Ellrina" Semarang).* Jurnal Vol 5.

Kotler, Philip and Kelvin Lane Keller. 2012. *Marketing Management.* 14e Global Edition, Pearson.

Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2012. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta : Bumi Aksara.

Larosa, 2015. *Pengaruh harga, kualitas produk dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada warung-warung makan di sekitar Simpang Lima Semarang).* Skripsi Fakultas Ekonomi Program Studi D3 Manajemen Pemasaran Universitas Negeri Jakarta.

Paramitha, 2015**.** *Analisis Pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen "Mie Nges-Nges" Banyumas Semarang).* Jurnal Kewirausahaan Universitas Diponegoro.

Purnama, 2014. *Analisis pengaruh kualitas produk, harga dan lokasi terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada "Toko Murah" di Sukoharjo).* Jurnal Vol 5.

Ratnasari, 2016. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di "Djawi Lanbistro Coffe And Resto" Surabaya).* Jurnal Fakultas Ekonomi Vol 5 No 1, Juni 2016.

Sugiyono. 2016. *Metode Peneliian Kombinasi (Mixed Methods).* Edisi 8. Bandung: Alfabeta.

Sumiati, 2016. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura***.** Jurnal Administrasi Bisnis Vol 10 No 1. Universitas Katolik Parahyangan, Bandung.

Sunyoto, Danang. 2015. *Manajemen Bisnis Ritel*, Jakarta : Center For Academie Publishing Service.

Swastha. 2012. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta : Liberty.

Tjiptono, Fandy. 2015. Pemasaran Jasa. Yogyakarta : Andy.

Utami, Chistina Widya. 2014. *Manajemen Ritel (Strategi dan Implementasi Operasional Bisnis Ritel Modern di Indonesia),* Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat.

Zimmerer, Thomas. 2010. *Kewirausahaan dan Manajemen Usaha Kecil Edisi 5 Buku 2*. Jakarta : Salemba Empat.