ARTIKEL

KAJIAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN DIFERENSIASI PRODUK PADA UD. SUMBER KARYA MEBEL KEDIRI

Review of purchases in terms of product quality,locatian and product differentiation at UD. SUMBER KARYA MEBEL KEDIRI

Oleh:

ELMI AVIVATUL ASNA
14.1.02.02.0213

Dibimbing oleh :

1. **Restin Meilina, S.E., M.M.**
2. **Rino Sardanto S.Pd, M.Pd**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2018

SURATPERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	:Elmi Avivtul Asna
NPM	:14.1.02.02.0213
Telepun/HP	:085649356788
Alamat Surel (Email)	:aviva0256@gmail.com
Judul Artikel	:Kajian Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, Lokasi Dan Diferensiasi Produk Pada UD. Sumber Karya Mebel Kediri
Fakultas – Program Studi	:FE/Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:Jl. K.H Achmad Dahlan No. 76 Mojoroto, Kediri, Jawa Timur

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 dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggung jawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri,……
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Restin Meilina, S.E., M.M 0721058605	Rino Sardanto, S.Pd. M.Pd 0730127403	Elmi Avivatul Asna 14.1.02.02.0213

KAJIAN KEPUTUSAN PEMBELIAN DITINJAU DARI KUALITAS PRODUK, LOKASI DAN DIFERENSIASI PRODUK PADA UD. SUMBER KARYA MEBEL KEDIRI

Elmi Avivatul Asna
14.1.02.02.0213
Fakultas Ekonomi – Program Studi Manajemen
Aviva0256@gmail.com
Restin Meilina, S.E., M.M[1] dan Rino Sardanto, S.Pd., .M.Pd[2]

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi banyaknya industri yang bermunculan termasuk mebel. Perusahaan mebel saat ini semakin banyak, dampak banyaknya mebel yang berdiri adalah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan UD. Sumber karya mempunyai beberapa aspek srategi yaitu dengan meingkatkan kualitas bahan baku, lokasi yang mudah dijangkau dan diferensiasi produk yang produknya tidaak jauh berbeda dengan mebel lain. Sehingga bisa mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian. Permasalahan dalam penelitian ini adalah (1) Adakah pengaruh signifikan kualitas produk terhadap keputusan pembelian di UD.Sumber Karya Mebel Kras Kediri ? (2) Adakah pengaruh signifikan lokasi terhadap keputusan pembelian di UD.Sumber Karya Mebel Kras Kediri ? (3) Adakah pengaruh signifikan diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian diUD.Sumber Karya Mebel Kras Kediri ? (4) Adakah pengaruh signifikan kualitas produk, lokasi dan diferensiasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian di UD.Sumber Karya Mebel Kras Kediri ? Penelitian ini menggunakan teknik penelitian kausalitas dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli produk di UD . Sumber Karya Mebel Kediri sebanyak 40 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara dan study kepustakaan. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji asumsi klasik, regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t dan uji F dengan *software SPSS for windows* versi 23. Kesimpulan dari penelitian ini adalah (1) Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumber Karya Mebel Kras Kediri. (2) Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumber Karya Mebel Kras Kediri. (3) Ada pengaruh signifikan antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumber Karya Mebel Kras Kediri. (4) Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk, lokasi, dan diferensiasi produk secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumber Karya Mebel Kras Kediri.

KATA KUNCI : *kualitas produk, lokasi, diferensiasi produk, keputusan pembelian*

LATAR BELAKANG

Pada saat ini kemajuan dalam dunia usaha semakin meningkat juga membawa dampak positif dalam industri dagang dan jasa, keadaan tersebut menciptakan suatu persaingan yang semakin ketat, hal ini menjadi perhatian para pelaku usaha. Jika suatu perekonomian meningkat bisa membuat sebuah perubahan–perubahan yang berarti untuk masyarakat khususnya dalam bidang ekonomi. Agar nantinya dalam sebuah usaha industri dagang dan

jasa masyarakat dapat mengembangkan perekonomian yang telah ada menjadi lebih luas dan menjanjikan.

Dapat dilihat dari perkembangan zaman banyak sekali industri yang bermunculan contohnya industri mebel, sebuah usaha yang mengolah bahan mentah menjadi barang setengah jadi atau barang jadi, misalnya kursi, lemari, meja, dan rak buku, usaha mebel adalah usaha yang benar – benar membutuhkan keahlian khusus. Pada saat ini posisi industri mebel Indonesia berada pada tingkat 13 di dunia. Namun pada 5 tahun mendatang Indonesia ditargetkan ada di peringkat 5 besar dunia (www.tribunnews.com).

Perusahaan mebel sekarang ini sangat banyak, dampak dari semakin banyaknya mebel yang berdiri adalah persaingan semakin ketat. Para pelaku usaha di tuntut untuk lebih peka dan aktif pada setiap perubahan. Hal ini menjadi acuan pemilik perusahaan agar dapat mengembangkan usaha dengan cara memanfaatkan peluang dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat dengan tujuan untuk menguasai pasar.

Persaingan memang tidak hanya didasari pada keahlian dan kemampuan saja,tetapi pelaku usaha harus bisa mempertimbangkan beberapa faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu tugas pelaku usaha adalah mampu memahami perilaku setiap tahap keputusan pembelian. Sikap seseorang untuk membeli suatu produk berupa barang atau jasa yang diyakini dapat memberikan kepuasan dan menanggung resiko yang mungkin ditimbulkanya.

Agar mampu memahami bagaimana konsumen dapat membuat keputusan pembelian maka pelaku usaha harus mampu mengidentifikasi siapa saja pihak-pihak yang mengambil keputusan pembelian dan mempunyai masukan dalam keputusan pembelian seperti : orang bisa menjadi pemicu munculnya keputusan, pihak yang mempengaruhi pengambil keputusan, pembeli atau pengguna. Hal ini berkaitan dengan faktor-faktor lain yang bisa menjadi pemicu seorang konsumen melakukan keputusan pembelian contohnya seperti kualitas produk, lokasi dan diferensiasi produk.

Salah satu pertimbangan konsumen dalam melakukan pembelian adalah kualitas produk yang ditawarkan. Menurut (Mariana, 2015; Mokoagouw, 2016) bahwa kualitas produk dapat mempengaruhi keputusan pembelian, karena konsumen menginginkan produk yang berkualitas sehingga konsumen menjadi loyal pada perusahaan. Pada dasarnya kualitas produk bisa mempengaruhi pemikiran para konsumen, khusunya dalam memilih mebel. Baik buruknya sebuah mebel akan dinilai dari

kualitas produk tersebut. Kotler & Amstrong (2011 : 27) mengatakan bahwa kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi keandalan, daya tahan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan produk, serta atribut bernilai lainya. Oleh karena itu pelaku usaha mebel harus mampu mengetahui standar kualitas produk apa yang diinginkan oleh konsumen. Seperti model produknya, cirri-ciri keistimewaan dan nilai estestika.

Selain kualitas produk, lokasi juga mempengaruhi sebuah keputusan pembelian. Menentukan lokasi ketika mendirikan suatu usaha adalah keputusan yang sangat penting. (Rosita : 2016) lokasi merupakan salah satu faktor yang perlu dipertimbangkan, yaitu lokasi yang strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen. Karena lokasi tersebut dapat memudahkan para pelanggan agar datang ke tempat tersebut. Menurut Ratnasari (2011 : 40) lokasi adalah gabungan antara lokasi dan keputusan atas saluran distribusi (berhubungan dimana lokasi yang strategis dan bagaimana cara penyampaian jasa atau produk pada pelanggan)

Selain lokasi ada diferensiasi produk yang bisa mempengaruhi keputusan pemebelian. Diferensiasi produk yaitu kegiatan memodifikasi produk yang diberikan oleh pelaku usaha kepada konsumen agar para konsumen tertarik untuk membeli produk di mebel tersebut. Menurut (Pandensolang:2015) bahwa diferensiasi produk yaitu strategi perusahaan dalam menawarnakan dan menjual produknya, dengan memiliki keunggulan demi memehuni kebutuhan konsumen. Secara tidak langsung diferensiasi produk adalah kegiatan memodifikasi produk agar berbeda dengan yang lainya. Kotler & Keller (2009 : 9) menyatakan diferensiasi produk adalah tindakan merancang serangkaian perbedaan yang berarti untuk membedakan tawaran perusahaan dan tawaran pesaing.

Objek penelitian ini adalah UD. Sumber Karya mebel Kediri. UD Sumber Karya merupakan mebel baru yang harus bersaing dalam mendapatkan konsumen dengan usaha–usaha yang ada disekitarnya antara lain UD.Basuki, Mebel Hartono dan Mebel Lancar semua berada di kecamatan Kras.Untuk memenangkan persaingan, UD.Sumber Karya memerlukan beberapa strategi dengan meningkatkan kualitas produk yang lebih baik. Namun, berdasarkan pengamatan peneliti UD.Sumber Karya belum bisa memenuhi keinginan konsumen seperti modelnya kurang bervariasi. Kualitas produk yang diberikan masih terkendala bahan baku sehingga tidak banyak variasi produk yang disediakan oleh UD.Sumber Karya dan konsumen tidak mempunyai banyak pilihan untuk membeli produk tersebut.

Dari segi lokasi UD. Sumber Karya berbeda dengan mebel lain mebel–mebel pesaing UD. Sumber Karya, berada ditepi jalan raya sedangkan UD. Sumber Karya lokasinya berada didalam desa yang didukung dengan jalan yang sudah beraspal dan ramai dilalui kendaraan truk maupun sepeda motor.Selain kualitas produk dan lokasi, diferensiasi produk yang dihasilkan UD. Sumber Karya masih tergantung pada permintaan konsumen, serta model produknya tidak jauh berbeda dengan model dari mebel yang lain.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas maka dapat diajukan sebuah judul penelitian dengan judul **"Kajian Keputusan Pembelian Ditinjau Dari Kualitas Produk, Lokasi, Diferensiasi Produk Pada UD.Sumber Karya Mebel Kediri".**

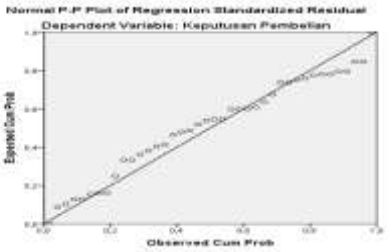
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan angka-angka perhitungan dengan menggunakan metode statistik berdasarkan jawaban kuesioner dari responden sampel dalam penelitian ini adalah konsumen di UD. Sumber Karya Mebel. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sampling insidential*. Analisis data menggunakan SPSS Versi 23

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Uji Normalitas



Gambar 1
Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan gambar 1 menunjukkan bahwa titik data menyebar dan mengikuti disekitar garis diagonal. Dengan demikian data dapat dikatakan normal.

Uji Multikolinieritas

Tabel 1
Uji Multikolinieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Kualitas Produk	,622	1,607
Lokasi	,710	1,409
Diferensiasi produk	,692	1,446

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data yang diolah tahun 2018

Berdasarkantabel 1 dilihat bahwa Tolerence lebih besar dari 0,10 dan VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian dalam model ini tidak ada masalah multikolinieritas.

Uji Autokorelasi

Tabel 2
Hasil uji autokorelasi
Model Summary[b]

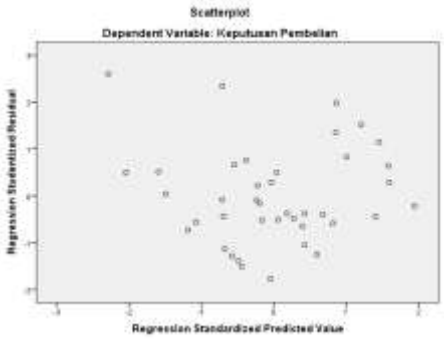
Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	3,28668	1,785

a. Predictors: (Constant), kualitas produk lokasi dan diferensiasi produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber : data yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 2 niali DW hitung sebesar dari (du) = 1,659 dan kurang dari 4-1,659 (4du) = 2,341 atau dapat dilihat pada yang menunjukkan du<d<4-du atau 1,659<1,785<2,341, sehingga model regresi sudah terbebas dari masalah auokorelasi.

Uji Heteroskedatisitas



Gambar 2
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 2 terlihat bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dan ini menunjukkan bahwa model regresi ini tidak terjadi heteroskedastisitas

Analisis Linier Regresi Berganda

Tabel 3
Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	7,005	3,330
Kualitas produk	,246	,115
Lokasi	,276	,135
Diferensiasi produk	,442	,081

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian
Sumber : data yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 3 menunjukkan bahwa persamaan regresi linier beganda yang diperoleh dari uji analisis yaitu:

$Y = 7{,}005 + 0{,}246X_1 + 0{,}276X_2 + 0{,}442X_3$.

Jadi persamaan regresi tersebut mempunyai makna sebagai berikut:

1) Konstanta = 7,005 variabel (X_1),(X_2),(X_3) = 0, maka (Y) sebesar 7,005.
2) Koefisien X_1 = 0,246, jika setiap penambahan 1 satuan (X_1) dengan asumsi (X_2) dan (X_3) tetap dan tidak berubah maka akan menaikkan (Y) sebesar 0,246.
3) Koefisien X_2 = 0,276, jika setiap penambahan 1 satuan (X_2) dengan asumsi (X_1) dan (X_3) tetap dan tidak berubah maka akan menaikkan (Y) sebesar 0,276.
4) Koefisien X_3 = 0,442, jika setiap penambahan 1 satuan (X_3) dengan asumsi (X_1) dan (X_2) tetap dan tidak berubah maka akan menaikkan (Y) sebesar 0,442.

Uji Koefisien Deterinasi (R^2)

Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,845[a]	,714	,690	3,28668	1,785

a. Predictors: (Constant), kualitas produk,lokasi,diferensiasi produk
b. Dependent Variable: KeputusanPembelian
Sumber : data diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.10 diperoleh nilai *Adjusted* R *Square* sebesar 0,714 dengan demikian menunjukan bahwa kualitas produk (X1), lokasi (X2), diferensiasi produk (X3) dapat menjelaskan keputusan pembelian sebesar 69,0% dan sisanya 31,0% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Uji t

Tabel 5
Hasil Uji t
Coefficients[a]

Model	Standardized Coefficients Beta	T	Sig.
1 (Constant)		2,103	,042
Kualitas Produk	,241	2,132	,040
Lokasi	,216	2,042	,049
Diferensiasi produk	,559	5,217	,000

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian
Sumber : data yang diolah tahun 2018

Berdasarkan tabel 5 maka diketahui bahwa:

1) Nilai signifikan sebesar yang telah ditentukan yakni sebasar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai signifkan variabel X_1 adalah 0,040<0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti X_1 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y.
2) Nilai signifikan sebesar yang telah ditentukan yakni sebasar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai signifkan variabel X_2 adalah 0,049<0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti X_2 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y.
3) Nilai signifikan sebesar yang telah ditentukan yakni sebasar 5% atau 0,05. Dari perhitungan diatas diperoleh nilai signifkan variabel X_3 adalah 0,000<0,05 maka H_o ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti X_3 secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Y.

Uji F

Tabel 5
Hasil Uji F
ANOVA[a]

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	970,218	3	323,406	29,939	,000[b]
Residual	388,882	36	10,802		
Total	1359,100	39			

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian
b. Predictors: (Constant), kualitas produk, lokasi, diferensiasi produk
Sumber: data diolah tahun 2018

Berdasarkan hasil perhitungan pada SPSS versi 23 dalam tabel 4.12 diperoleh nilai F hitung sebesar 29,939 dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji F variabel kualitas produk, lokasi dan diferensiasi produk diperoleh nilai signifikan 0,000<0,05 dan F_{hitung} 29,939>F_{tabel} 2,87 yang berarti H_o ditolak dan H_a diterima maka dapat dinyatakan varaibel independen yang meliputi kualitas produk (X1), lokasi (X2) dan diferensiasi produk (X3) secara simultan atau bersama-sama

berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian (Y).

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

   Dari hasil uji t didapat nilai probabilitas kualitas produk lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,040>0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kualitas pembelian.

2. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

   Dari hasil uji t didapat nilai probabilitas kualitas produk lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,040>0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas produk brpengaruh signifikan terhadap kualitas pembelian.

3. Pengaruh Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

   Dari hasil uji t didapat nilai probabilitas kualitas produk lebih besar dari taraf signifikansi yaitu 0,040>0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kualitas pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Diferensiasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian

   Berdasarkan pengujian simultan (Uji F) hipotesis keempat diperoleh nilai F hitung sebesar 29,939dan nilai signifikan 0,000. Hal ini menunjukan bahwa nilai signifikan uji F 0,000<0,05 dan F_{hitung} 29,939> F_{tabel} 2,87 yang berarti H_o ditolak dan H_a diterima artinya variabel Kualitas Produk, Lokasi dan Diferensiasi produk secara simultan atau bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

a) Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk terhadap keputusan pembelian. b)Ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian. c) Ada pengaruh signifikan antara diferensiasi produk terhadap keputusan pembelian. d) Ada pengaruh signifikan antara kualitas produk, lokasi dan diferensiasi produk secara simultan terhadap keputusan pembelian.

Saran

a) Bagi Mebel

   Disarankan agar UD. Sumber Karya lebih memerhatikan kualitas produk agar konsumen merasa percaya karena kualitas yang baik tidak perlu lagi memerhatikan mebel lain, setelah kualitas produk perlu adanya lokasi yang startegis agar konsumen mudah

menjangkau lokasi tersebut maka konsumen mempunyai kepuasan tersendiri karena jika konsumen merasa telah diperhatikan dan puas maka akan timbul sebuah kepercayaan, lalu adanya diferensiasi produk juga harus mempengaruhi presepsi pelangan dan tentunya bisa menarik konsumen dari mebel lain karena semua hal tersebut mempengaruhi keputusan pembelian.

b) Bagi Peneliti Berikutnya

Berdasarkan hasil penelitian ini diketahui sebanyak 69.0% kualitas produk, lokasi dan diferensiasi produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada UD. Sumber Karya Mebel Kediri. Sisanya sebanyak 31,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dikaji dalam penelitian ini. Disarankan bagi peneliti berikutnya untuk meneliti variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen seperti : harga, promosi dan kelengkapan produk.

DAFTAR PUSTAKA

Alma, B. (2009). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa.* Bandung: Alfabeta.

Assauri, S (2010). *Manajemen Pemasaran Konsep dasar Dan Strategi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta

Fahmi, I. (2016). *Perilaku Konsumen.* Bandung: Alfabeta.

Foster, B. (2008). *Manajemen Ritel.* Bandung: Alfabeta.

Ghozali, Imam. (2013). *Aplikasi Multivariate Dengan Program IMB SPSS 23.* Semarang: Universitas Diponegoro.

Kotler, P. (2009). *Manajemen Pemasaran.* Erlangga.

Kotler, P., and Amstrong. G. (2011)*Prinsip-Prinsip Pemasaran* Edisi 12. Erlangga. Jakarta

Mariana. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada UKM Amplang UD. Sinar Rejeki Di Samarinda*. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, (Online), Vol.3 No.2 : 388-402, tersedia : www.ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id, diunduh pada 23 Oktober 2017

Mongkoagouuw. (2016). *Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Di Samsung Mobile Center Manado* . Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, (Online), Vol.16 No.1 : 493-502, tersedia : https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jbie/article/view/10913, diakses pada 23 Oktober 2017

Pandensolang. (2015). *Pengaruh Diferensiasi Produk, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada PT Bangun Wenang Beverges Company Di Manado*. Jurnal EMBA, (Online), Vol.3 No.3 : 1113-1124, tersedia : https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/10117, diakses pada 23 Oktober 2017

Pratama, F. *Industri Mebel Indonesia Targetkan 5 Besar Di Dunia*. www.tribunnews.com/bisnis/2014/03/11/industri-mebel-indonesia-

targetkan-5-besar-di-dunia, di akses 23 Okbober 2017

Ratnasari. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa.* Bogor: Ghalia Indonesia.

Rahmat. 2013. Statistika Penelitian. Bandung : CV Pustaka Setia

Rosita. (2016). *Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Kualitas Produk, Pelayanan, Harga Dan Kenyamanan Berbelanja Terhadap Keputusan Pembelian Pada Lotte Mart Bekasi Junction*. Jurnal Ilmiah WIDYA Ekonomika, (Online), Vol.1 No.2 : 98-103, tersedia : https://media.neliti.com/media/publications/55055-ID-pengaruh-lokasi-kelengkapan -produk-kuali.pdf, diakses 23 Oktober 2017

Sopiah dan Syihabudin. (2008). *Manajemen Bisnis Ritel.* Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi.* Yogyakarta: ANDI OFFSET.

Sugiyono. (2016). *Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, F. (2015). *Pemasaran Jasa.* Yogyakarta: ANDI OFFSET