ARTIKEL

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG ASRI KABUPATEN KEDIRI DITINJAU DARI SEGI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN

Oleh:

MULIYA ADI IRAWAN

NPM. 14.1.02.02.0248

Dibimbing oleh :

1. **Gesty Ernestivita, M.M.**
2. **Edy Djoko Soeprajitno, M.M.**

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

TAHUN 2018

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Muliya Adi Irawan
NPM	: 14.1.02.02.0248
Telepun/HP	: 082231905080
Alamat Surel (Email)	: mulya.adi.irawan@gmail.com
Judul Artikel	:Pengaruh Keputusan Pembelian di Warung Asri Kabupaten Kediri ditinjau dari segi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan
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 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, 01 Agustus 2018
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Gesty Ernestivita M.M. NIDN. 0720059101	Edy Djoko S., M.M NIDN. 0715106203	Muliya Adi Irawan NPM. 14.1.02.02.0248

PENGARUH KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG ASRI KABUPATEN KEDIRI DITINJAU DARI SEGI HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN

Muliya Adi Irawan
NPM. 14.1.02.02.0248

Fakultas Ekonomi – Progam Studi Manajemen

Mulya.adi.irawan@gmail.com

Dosen Pembimbing
1. Gesty Ernestivita M.M.
2. Edy Djoko Soeprajitno M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin bertambah banyaknya para pengusaha dari tahun ketahun, salah satunya pengusaha warung kopi. Hal ini diikuti pula oleh masyarakat diberbagai usia dari yang muda sampai orang tua yang memilih warung kopi sebagai tempat berkumpul dengan teman-temanya. Mengingat peminat usaha ini tinggi, pemilik usaha berlomba-lomba memberikan yang terbaik agar konsumen melakukan keputusan pembelian salah satunya warung Asri yang baru berdiri 3 tahun walaupun tergolong perusahaan baru tetapi warung Asri memiliki banyak pelanggan karena harganya yang murah, lokasi yang nyaman, dan kualitas pelayanan yang baik.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui (1)pengaruh harga yang signifikan terhadap keputusan pembelian di warug Asri Kab. Kediri, (2)pengeruh lokasi yang signifikan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri, (3) pengaruh kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri, (4)pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan yang signifikan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri. Penelitian ini menggunakan pendeatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan *teknik purposive* dengan julam sampel sebanyak 40 responden. Alat uji yang digunakan Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Linier Berganda, Uji Koefisien Determinasi, dan Uji Hipotesis dengan bantuan progam *SPSS For Windows Versi 23.*

Hasil dari penelitian ini adalah (1)ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri, (2)ada pengeruh yang signifikan antara lokasi terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri, (3)ada pengarug yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri, (4) ada pengaruh yang signifikan antara harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kab. Kediri.

Kata Kunci : Keputusan Pembelian, Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan.

I. LATAR BELAKANG

Di Indonesia banyak bisnis bermunculan dari berbagai jenis, mulai dari yang sangat sederhana sampai yang unik dengan tampilan yang berbeda, mulai dari restoran sederhana hingga restoran kelas atas, muali dari café untuk kalangan pelajar hingga kalangan ekonomi menengah keatas. Diantara restoran dan café warung kopi telah muncul lebih dahulu. Terbukti, warung kopi saat ini semakin banyak bermunculan hingga menyebabkan persaingan.

Warung kopi merujuk pada sebuah tempat yang menyediakan kopi atau minuman panas dan dingin serta makanan. Pengusaha warung kopi harus memiliki strategi agar konsumen tertarik, berminat dan selanjutnya melakukan keputusan pembelian. Menurut Ardhanan dalam jurnalnya (2012) harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, menurut Mundir dalam jurnalnya (2015) harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, dan diperkuat lagi menurut Effendi dalam jurnalnya (2017) harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Di daerah Kediri banyak warung kopi, namun disetiap warung kopi memiliki kelebihan dan kekurang masing-masing, salah satunya warung Asri yang beerada di Ds. Puhsaran Kec. Semen Kab. Kediri. Tempanya yang berada didataran tinggi warung Asri memiliki udara yang sejuk dan ditambahkan pemandangan hutan mahuni yang begitu indah. Karena tempatnya yang berada dipinggir kota warung Asri memiliki tempat yang nyaman dan jauh dari suara bising kendaraan. Warung Asri sangatlah cocok untuk tempat bersantai dan berkumpul dengan teman-teman. Warung Asri baru berdiri awal th 2015, jadi tergolong baru dalam persaingan dunia bisnis. Warung Asri harus menentukan penetapan harga, pemilihan lokasi, dan memberikan kualitas pelayanan yang baik supaya dapat mempengaruhi konsumen untuk memutuskan melakukan keputusan pembelian.

Keputusan pembelian merupakan salah satu tindakan yang dilakukan konsumen dalam membeli suatu produk. Menurut Kotler (2013:296), keputusan pembelian yaitu keputusan yang diambil konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk melalui

tahap-tahap yang dilalui konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian yang meliputi: kebutuhan yang dirasakan, kegiatan sebelum membeli, perilaku waktu memakai dan perasaan setelah membeli. Maka pelaku usaha harus mampu mengetahui apa yang diinginkan konsumen. Penerapan strategi bersaing sangat diperlukan agar dapat menguasai pasar dengan memperhatikan kelemahan dan kelebihan usaha sejenis.

Salah satunya yang mungkin menjadi faktor penentu keputusan pembelian konsumen adalah harga, Menurut Tjiptono (2015:289), harga merupakan satu-santunya bauran pemasaran yang memberika masukan atau pendapatan bagi perusahaan. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Menurut Kotler dan Amstrong (2011:345) Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk dan jasa atau sejumlah nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk suatu manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk dan jasa. Dari pendapat para ahli tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan pelanggan kepada perusahaan atau pelaku usaha untuk mendapatkan barang atau jasa guna untuk memenuhi kebutuhan hidup.

Dalam penentuan harga warung Asri sudah cukup baik harga kopi pergelasnya Rp. 2000,00,- serta beraneka macam makanan ringan seperti gorengan dengan harga Rp. 500,- saja, pastinya tidak akan merogoh koceh dalam-dalam sehingga harganya mudah dijangkau oleh semua kalangan konsumen.

Selain faktor harga yang mungkin menjadi faktor-faktor penentu konsumen melakukan keputusan pembelian adalah lokasi, menurut Lupiyoadi (2013:96), lokasi merupakan keputusan yang dibuat oleh perusahaan berkaitan dengan dimana kegiatan operasi dan sifatnya akan dilakukan. Menurut Alma (2013:62), menyatakan bahwa lokasi adalah masalah amat penting dalam menentukan lokasi operasional sebuah toko, pertimbanganya adalah siapa pelangganya, bagaimana iklim persaingan, apakah akan memilih tempat di daerah perumahan, pinggir kota, dipusat kota dengan frekuensi sewa atau harga lahan. Dari pendapat para ahli tersebut dapat ditarik

kesimpulan bahwa lokasi adalah tempat dimana perusahaan atau pelaku usaha melakukan kegiatan operasionalnya, lokasi juga menentukan sasaran pelanggan dan bisa juga menentukan persaingan perusahaan.

Warung Asri terletak di lokasi pedesaan tentu saja suasana desa yang sejuk dan pemandangan yang indah membuat konsumen lebih bisa santai karena jauh dari suasana kota yang panas dan bising dari suara kendaraan bermotor. Kalau dari pusat kota Kediri mungkin membutuhkan waktu ± 30 menit untuk mencapai ke warung Asri. Tempat parkir yang luas dan aman, warung Asri juga memiliki tempat yang luas biasa menampung ± 100 orang. Selain minum kopi dan menikmati indahnya pemandangan konsumen bisa memanfaatkan fasilitas yang disediakan warung Asri yaitu wifi untuk tetap dapat berkomunikasi di sosmed karena sinyal di pedesaan agak sulit apalagi tempatnya yang berada dikaki gunung Wilis.

Selain faktor harga dan lokasi, yang mungkin menjadi faktor-faktor penentu konsumen melakukan keputusan pembelian adalah kualitas pelayanan. Menurut Tjiptono dan Candra (2015:81), kualitas pelayanan adalah fungsi harapan pelanggan, pada proses penyediaan kualitas yang diterima dan pada kualitas output yang diterima. sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian dalam mmengimbangi harapan. Dapat ditarik kesimpulan kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau keinginan pelanggan serta penyampaian kualitas pelayanan yang tepat dalam memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.

Kualitas pelayanan di warung Asri cukup baik, pelayanan selalu melayani dengan tepat sesuai keinginan konsumen selain itu pelayanan ramah dan sopan, tanggapan dan respon yang bagus juga salah satu alsan konsumen memilih warung Asri sebagai tempat bersantai yang tepat.

Berdasarkan penjelasan diatas peneliti akan membahas tentang **" Pengaruh Keputusan Pembelian di Warung Asri Kabupaten Kediri ditinjau dari segi Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan"**

II. METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan data berupa angka-angka yang dihitung secara statistic berdasarkan hasil jawaban responden. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang melakukan keputusan pembelian di warung Asri Kabupaten Kediri dengan teknik *sampling purposive*. Analisis data dengan menggunakan *SPSS versi 23.*

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,549	2,391		1,484	,146
Harga	,479	,132	,561	3,618	,001
Lokasi	,485	,147	,435	3,298	,002
Kualitas Pelayanan	,071	,100	-,091	-,710	,042

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Olahan SPSS versi 23.0 for windows (2018)

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut:

Y=3,549+0,479X2+0,485X3+0,071X3

Dari persamaan regresi tersbut berarti bahwa:

a. 3,549 yang artinya apabila variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan disumsikan tidak memiliki pengaruh sama sekali maka variabel Y (keputusan pembelian) memiliki nilai sebesar 3,549.
b. Jika harga naik 1 satuan dengan asumsi lokasi dan kualitas pelayanan tetap maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,479.
c. Jika lokasi naik 1 satuan dengan asumsi harga dan kualitas pelayanan tetap maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,485.
d. Jika kualitas pelayanan naik 1 satuan dengan asumsi harga dan lokasi tetap maka keputusan pembelian meningkat sebesar 0,071.

Dari persamaan regresi yang telah diperoleh, menyatakan bahwa variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel (X2) harga dengan nilai sebesar 0,485.

2. Koefisien Determinasi R^2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,873[a]	,762	,742	1,231	2,128

a. Predictors: (constan) Harga,Lokasi,Kualitas Pelayanan
b. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Sumber: Olahan SPSS versi 23.0 for windows (2018)

Berdasarkan tabel diatas diketahui nilai *Adjusted R Square* adalah sebesar 0,742. Hal ini menunjukan besarnya pengaruh harga, lokasi, dan kualitas

pelayanan terhadap keputusan pembelian adalah sebesar 74,2% dan sisanya 26,8% dipengaruhi oleh variabel lain.

3. Uji t

Coefficients[a]

Model		T	Sig.
1	(Constant)	1,484	,146
	Harga	3,618	,001
	Lokasi	3,298	,002
	Kualitas Pelayanan	-,710	,042

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
Sumber: Olahan SPSS versi 23.0 for windows (2018)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa:

a. Variabel harga dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai signifikan harga sebesar 0,001<0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_o diterima, yang artinya harga (X1) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).
b. Variabel lokasi dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai signifikan lokasi sebesar 0,002<0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_o diterima, yang artinya lokasi (X2) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).
c. Variabel keputusan pembelian dari perhitungan diatas diketahui bahwa nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,042<0,05 yang artinya H_o ditolak dan H_o diterima, yang artinya kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian (Y).

4. Uji f

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	38,443	,000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant),Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan
Sumber: Olahan SPSS versi 23.0 for windows (2018)

Dari hasil perhitungan diatas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi pegujian sebesar 0,000. Nilai tersebut jauh lebih kecil dari nilai α yang telah ditentukan 0,05. Dan artinya H_0 ditolak H_a diterima. Jadi terbukti bahwa secara simultan Harga (X1), lokasi (X2), dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.

B. Pembahasan

Secara umum penelitian ini cukup memberikan hasil yang memuaskan. Hal ini dilihat dari bayaknya hasil tanggapan responden terhadap kondisi masing-masing variabel.

Dari hasil tersebut didapatkan bahwa variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap terhadap

keputusan pembelian. Penjelasan masing-masing variabel akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian pertama mendukung hipotesis pertama yaitu harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pada indikator harga pernyataan yang paling dominan "harga di Warung Asri sesuai kualitas yang dimiliki" ($X_{1.}$3.1) dengan presentase hasil penelitian (62,5%), dari 40 responden 25 menjawab setuju. Dengan demikian penetapan harga di Warung Asri sangat baik sesuai dengan kualitas yang dimiliki. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda, diperoleh t hitung sebesar 3,618 atau nilai signifikan sebesar 0,001 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukan, bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat dideskripsikan kenaikan harga di Warung Asri biasa diterima dengan baik oleh konsumen, kenaikan harga di Warung Asri juga meningkatkan keputusan pembelian hal ini dikarenakan selain menaikan harga suatu produk harus juga meningkatkan manfaat suatu produk seperti memberikan produk dengan porsi yang lebih.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitia mendukung hipotesis kedua yaitu lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pada indikator lokasi pernyataan yang paling dominan "tempat parkir di Warung Asri aman" ($X_{2.}$2.2) dengan presentase hasil penelitian (65%), dari 40 responden 26 menjawab setuju. Dengan demikian keamanan tempat parkir di Warung Asri terjamin dan konsumen akan merasa tenang saat melakukan pembelian di Warung Asri dan meninggalkan motornya di tempat parkir. Berdasarkan hasil penelitian dan pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda, diperoleh t hitung sebesar 3,298 atau nilai signifikan sebesar 0,002 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukan bahwa lokasi memiliki pengaruh positif dan

signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat dideskripsikan peningkatan lokasi juga akan meningkatkan keputusan pembelian konsumen, seperti memperluas tempat parkir, meningkatkan keamanan parkir dan menjaga kebersihan tempat usaha hal ini akan mempengaruhi minat konsumen untuk melakuakan keputusan pembelian.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitia mendukung hipotesis ketiga yaitu lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, pada indikator keputusan pembelian pernyataan yang paling dominan "pelayanan di warung Asri sesuai dengan antrian pesanan" ($X_{3.}$2.2) dengan presentase hasil penelitian (57,5%), dari 40 responden 23 menjawab sangat setuju. Dengan demikian pelayanan di Warung Asri sangat baik khususnya dalam melayani sesuai antrian. Hasil penelitian dan pengujian menggunakan analisis regresi linier berganda, diperoleh t hitung sebesar 0,710 atau nilai signifikan 0,042 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukan, bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Dapat dideskripsikan peningkatan kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian, seperti meningkatkan pelayanan dengan memberikan fasilitas yang lengkap seperti penambahan toilet, memberikan tempat wudu pada mushola dan menambahkan wifi. Hal ini akan meningkatkan minat konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

4. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Hasil penelitian membuktikan bahwa terdapat pengaruh signifikan terhadap persepsi harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap

keputusan pembelian, pada indikator keputusan pembelian pernyataan yang paling dominan "saya membeli di Warung Asri karena saya percaya dengan banyaknya pelanggan" (Y_1.2) dengan hasil presentase (60%), dengan demikian semakin banyak konsume melakukan pembelian di Warung Asri konsumen semakin percaya kalau Warung Asri tempat yang pas untuk sekedar nongkrong dan berkumpul dengan teman.

Dapat dideskripsikan, hal ini menunjukan bahwa harga, lokasi, dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Peningkatan harga, lokasi, dan kualitas pelayanan akan meningkatkan keputusan pembelian. Seperti menaikan harga dengan menambahkan pelayanan seperti memberikan wifi akan meningkatkan keputusan pembelian.

IV. PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung Asri Kabupaten Kediri.

B. Saran

1. Bagi Pemilik Usaha
   a. Memberikan harga yang tepat kepada konsumen, seperti halnya dalam meningkatkan harga gorengan perlu juga meningkatkat manfaatnya seperti memberikan porsi atau ukuran gorengan yang lebih besar. apabila ingin meningkatkan harga suatu produk lainya disarankan agar meningkatkan juga manfaat yang di dapatkan pelanggan.
   b. Memperhatikan lokasi dengan memper luas tempat parkir dan keamanan tempat parkir. Karena dari suara responden, lokasi Warung Asri yang banyak menarik minat beli konsumen karana lokasi warung Asri sendiri sudah nyaman walaupun dengan properti warung yang seadanya.
   c. dilihat diari koesioner yang diisi oleh konsumen

Warung Asri, pemilik usaha disarankan agar mengevaluasi lagi masalah kualitas pelayanan terutama dalam ketanggapan dalam merespon konsumen yang datang. Apabila konsumen datang disarankan pemilik usaha secepatnya menanyakan keinginan konsumen.

2. Bagi Konsumen

Bagi konsumen seharunya melakukan pembelian pada warung kopi yang memeberikan harga yang sebanding dengan produk yang ditawarkan, dan juga memilih lokasi yang aman dan nyaman sebagai tempat nongkrong dan bersantai karena pemilihan lokasi dalam pembelian mempengaruhi kenyamanan konsumen saat memeli, selain itu sebaiknya konsumen juga melakukan keputusna pembelian disuatu tempat yang memberikan kualitas pelayanan yang baik sehingga konsumen akan merasakan kepuasan tersendiri. Dan yang terpenting konsumen diharapkan memberikan saran atau masukan-masukan positif kepada pemilik usaha agar pemilik usaha tahu apa yang diinginkan konsumen

3. Bagi Peneliti

peneliti diharapkan untuk mengembangkan penelitian lebih lanjut terhadap faktor-faktor selain kualitas harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Warung Asri Kab. Kediri. Hal ini dikarenakan dalam penelitian ini pengaruh ketiga variabel tersebut sebesar 74,2% sedangkan 26,8% dipengaruhi variabel lain misalnya seperti produk dan lain-lain. Sehingga diharapkan nantinya dapat diperoleh perkembangan penelitian yang lebih baik lagi.

V. DAFTAR PUSTAKA

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

Al, Yugi. 2015. *Pengertian dan Tujuan Manajemen Pemasaran*. http://www.eduspensa.id/2015/10/pengertian-dan-tujuan-manajemen-pemasaran.html, diakses pada 13 April 2018.

Cristina Widya, Utami. 2012. *"Manajemen Ritel"*. Edisi 2. Jakarta: Selemba Empat.

Effendi, (2017), *Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di warung kopi D'jaiz Kediri.* Universitas Nusantara PGRI Kediri. Skripsi

Ghozali, 2010. *Aplikasi analisis multivariate dengan progam SPSS. UNDIP* : Semarang.

Ghozali, Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan progam SPSS.* Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Herlambang, Susatyo, 2014. *Bank Marketing,* Yogyakarta:Gosyen publishing Sleman.

Juliansyah, Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya Ilmiah.* Jakarta: Kencana.

Kotler, Philip, dan Amstrong, Gary. 2011. 10th Edition. "*Marketing and Introduction".* Indonesia: Parsion.

Kotler, 2012. *Principles of marketing 13e, pearson Education, Inc. new Jersey.*

Kotler, Philip, 2013, "*Manajemen Pemasaran"* . Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Grandmedia

Kotler, Philip, 2014, "*Manajemen Pemasaran"* . Jilid 1. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Grandmedia.

Lupiyoadi, R, 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi.* Edisi Ketiga. Salemba Empat. Jakarta.

Lupiyoadi 2014, *Manajemen Pemasaran Jasa.* Jakarta : Selemba Empat.

Magda, (2017), *pengaruh kualitas produk, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada EL'S Coffee Kartini Bandar Lampung.* Universitas Lampung. Skripsi.

Margono, 2010. *"Metodoogi Penelitian Pendidikan".* Jakarta: Rineka Cipta.

Pangenggar, (2015), *pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan fasilitas terhadap keputusan pembelian di warung kopi Tanjung Café and Restaurant Semarang.*

Rebeka Larosa, (2013), *analisis pengaruh harga, kualitas produk, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di warung-warung makan Simpang Lima Semarang.*

Risanti, (2017), *kualitas layanan, kualitas produk, dan store atmosphere terhadap keputusan pembelian di warung kopi mas bro Surabaya.* Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen. Vol. 6. No. 4

Sugiyono, 2011, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B,* Bandung : Alfabeta.

Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandi, 2011. *Service Qualiti and Satisfaction.* Edisi 3, Andi Offset, Yogyakarta.

Widayanti, (2015), *analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian di kedai CS warung kopi Mendungan Surakarta.* Universitas Muhammadiyah Surakarta. Naskah Publik.