

**“ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP AKAR
COFFEE WATES DI KABUPATEN KEDIRI”**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Prodi Manajemen



OLEH :

ENYZHA VRISCA CITRA ADZANI
NPM : 2112010278

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
2025**

PERSETUJUAN SIDANG

Skripsi Oleh:

ENYZHA VRISCA CITRA ADZANI
NPM : 2112010278

Judul :

**“ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP AKAR
COFFEE WATES DI KABUPATEN KEDIRI”**

Telah Disetujui untuk diajukan Kepada Panitia Ujian/Sidang Skripsi Prodi
Manajemen
FEB UN PGRI Kediri

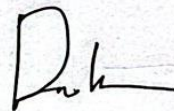
Tanggal : 03 Juli 2025

Pembimbing I



Diah Ayu Septi Fauji S.E, M.M.
NIDN.0711118603

Pembimbing II



Ronv Kurniawan, S.E, M.M.
NIDN. 0730076804

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

PENGESAHAN UJIAN

Skripsi Oleh:

ENYZHA VRISCA CITRA ADZANI
NPM : 2112010278

Judul :

**"ANALISIS PENGARUH PELAYANAN, KUALITAS PRODUK, HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA COFFEE SHOP AKAR
COFFEE WATES DI KABUPATEN KEDIRI"**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang
Skripsi Prodi Manajemen FEB UN PGRI Kediri
Pada Tanggal : 08 Juli 2025

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : (Dr. Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M)
2. Penguji I : (Poniran Yudho Leksono, S.E, S.Psi, M.M)
3. Penguji II : (Rony Kurniawan, S.E, M.M)



Mengetahui,
Dekan FEB



Dr. Amin Tohari, M.SI
NIDN.0715078102

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupan”

(QS: Al-Baqarah 2:286)

“Barang siapa menempuh jalan untuk mencari ilmu, Allah akan memudahkan baginya jalan menuju Surga”

(HR. Bukhari dan Muslim)

“Rasakanlah setiap proses yang kamu tempuh dalam hidupmu, sehingga kamu tau betapa hebatnya dirimu sudah berjuang sampai detik ini “

Segala sesuatu yang berawal dari niat baik, kerja keras, dan doa yang tak pernah putus akan menemukan jalannya, Skripsi ini adalah bukti kecil dari perjuangan panjang yang tidak pernah sendiri karena di setiap Langkah, ada doa orang tua, dukungan para sahabat, dan pertolongan Allah SWT yang tidak akan berhenti.

Dengan penuh rasa syukur, saya persembahkan pencapaian ini sebagai bukti bahwa setiap tantangan adalah proses pendewasaan, bukan penghalang, melainkan jembatan menuju mimpi dan harapan yang lebih besar.

Grateful for the struggle proud of the journey

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Enyzha Vrisca Citra Adzani

Jenis Kelamin : Perempuan

Tempat/Tgl. Lahir : Kediri/ 18 Oktober 2002

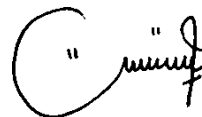
NPM : 2112010278

Fak/Jur/Prodi. : FEB/ S1 Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 18 Juli 2025

Yang Menyatakan,



ENYZHA VRISCA CITRA ADZANI

NPM. 2112010338

PRAKATA

Puji dan syukur penulis ucapkan pada Allah SWT karena atas rahmat-NYA penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pelanggan Pada Coffee Shop Akar Coffee Wates Di Kabupaten Kediri”.

Penyusunan skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Prodi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Penyusunan skripsi ini ditunjang oleh beberapa referensi bahan yang berkaitan dengan pembahasan yang dilakukan, serta atas bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Bapak Dr. Amin Tohari, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang memberikan kesempatan penulis untuk menyelesaikan Skripsi ini.
3. Ibu Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen yang telah memberikan dukungan moral dalam penyusunan Skripsi ini.
4. Ibu Diah Ayu Septi Fauji, S.E, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah mengarahkan dalam mpenyusunan Skripsi.
5. Bapak Rony Kurniawan, M.M. selaku Dosen Pembimbing 2 yang mamberikan pengarahan dalam penyusunan Skripsi.
6. Seluruh Dosen yang telah memberikan ilmu dan wawasannya di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
7. Ibunda Yeni Ratna Setyawati, yang selalu memberikan doa, perhatian, semangat, dan dukungan, baik secara moral ataupun material.
8. Ardhan Wicaksono, selaku pemilik coffee shop Akar Coffee Wates yang telah memberi izin penelitian ini dan juga kerjasamanya.
9. Moch. Naufal Ferdian Yusuf terimakasih telah memberi support, menyalurkan tenaga, menemani perjalanan ditengah terik matahari, hujan,

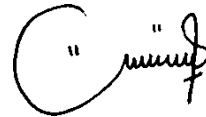
hingga malam, bersabar menerima drama, dan menjadi tempat berkeluh kesah penulis dalam perjalanan pengerjaan skripsi ini.

10. Teman-teman saya, yang selalu menemani dan menyemangati penulis.

Penulis sangat menyadari bahwa hasil penyusunan skripsi ini jauh dari sempurna dikarenakan keterbatasan data dan referensi maupun kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Kediri, 10 Oktober 2024

Penulis



Enyzha Vrisca Citra Adzani
NPM. 2112010278

RINGKASAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Coffee Shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri. Secara khusus, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh masing-masing variabel secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian, serta untuk memberikan rekomendasi strategis bagi pihak manajemen dalam meningkatkan daya saing bisnis. Latar belakang penelitian didasari oleh persaingan bisnis coffee shop yang semakin ketat, sehingga perusahaan perlu memahami faktor-faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen agar dapat bertahan dan berkembang. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan kausalitas. Pengumpulan data melalui kuesioner yang disebarkan kepada konsumen, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda, uji T, dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan, kualitas produk, dan harga, baik secara parsial maupun simultan, berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Temuan ini memperkuat teori-teori pemasaran yang menyatakan bahwa ketiga faktor tersebut sangat menentukan perilaku konsumen dalam memilih produk atau jasa. Implikasi dari penelitian ini adalah perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan, menjaga mutu produk, serta menetapkan harga yang kompetitif agar dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan Akar Coffee Wates. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji lebih lanjut tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian di industri sejenis.

DAFTAR ISI

Persetujuan Sidang	Error! Bookmark not defined.
Pengesahan Ujian	Error! Bookmark not defined.
Moto Dan Persembahan	III
Pernyataan	V
Prakata	VI
Ringkasan	VIII
Daftar Isi	IX
Daftar Tabel	XII
Daftar Gambar	XIII
BAB 1 Pedahuluan	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	4
D. Manfaat Penelitian	4
BAB II Landasan Teori	6
A. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Keputusan Pembelian	6
1. Pengertian Keputusan Pembelian	6
2. Peran dalam Proses Keputusan Pembelian	7
3. Struktur Keputusan Pembelian	7
4. Indikator Keputusan Pembelian	8
B. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Pelayanan	12
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	12
2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	13
3. Dimensi kualitas pelayanan	14
4. Indikator Kualitas Pelayanan	15
C. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Kualitas Produk	17
1. Pengertian Kualitas Produk	17
2. Dimensi Kualitas Produk	18
3. Tingkatan Kualitas Produk	19
4. Karakteristik Kualitas Produk	19
5. Indikator Kualitas Produk	20
D. Teori dan Penelitian Terdahulu dari Harga	22

1. Pengertian Harga.....	22
2. Tahap-Tahap Penentuan Harga	23
3. Indikator Harga	24
E. Penelitian Terdahulu	26
F. Kerangka Berfikir	29
G. Hipotesis Penelitian	33
BAB III Metode Penelitian	34
A. Desain Penelitian	34
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian	37
1. Pendekatan Penelitian	37
2. Teknik Penelitian	38
C. Tempat Dan Waktu Penelitian	38
1. Tempat Penelitian	38
2. Waktu Penelitian.....	39
D. Populasi Dan Sampel	39
1. Populasi.....	39
2. Sampel	39
E. Instrumen Penelitian	41
1. Pengembangan Instrumen	41
2. Validitas dan Realibilitas Instrumen	44
F. Sumber Dan Teknik Pengumpulan Data	48
1. Sumber Data.....	48
2. Teknik Pengumpulan Data.....	49
G. Teknik Analisis Data	51
1. Analisis Deskriptif	51
2. Uji Asumsi Klasik	51
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	54
4. Uji Hipotesis	54
BAB IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan	56
A. Hasil Penelitian.....	56
1. Deskripsi Responden.....	56
2. Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	58
3. Uji Asumsi Klasik.....	65
4. Analisis Regresi Linier Berganda	70

5. Uji Hipotesis	72
B. Pembahasan	75
1. Pengaruh Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	76
2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian	76
3. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian	77
1. Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian	78
BAB V Penutup	80
A. Simpulan	80
B. Impikasi	80
C. Saran	81
Daftar Rujukan	83
Lampiran	88

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Dari Keputusan Pembelian	58
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Dari Keputusan Pembelian	15
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Dari Kualitas Produk	580
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Dari Harga	585
Tabel 2. 5 Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. 1 Kisi-Kisi Instrumen Penelitian	42
Tabel 3. 2 Skala Pengukuran	44
Tabel 3. 3 Uji Validitas Keputusan Pembelian	45
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Pelayanan (X1).....	46
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2)	46
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Harga (X3)	47
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas	48
Tabel 4. 1 Jenis Kelamin Responden	56
Tabel 4. 2 Usia Responden.....	57
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Melakukan Pembelian	57
Tabel 4. 4 Deskripsi Data Variabel Pelayanan.....	58
Tabel 4. 5 Deskripsi Data Variabel Kualitas Produk	59
Tabel 4. 6 Deskripsi Data Variabel Harga	60
Tabel 4. 7 Deskripsi Data Variabel Keputusan Pembelian	61
Tabel 4. 8 Hasil Uji Statistik Deskriptif Pelayanan (X1).....	63
Tabel 4. 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif Kualitas Produk (X2)	64
Tabel 4. 10 Hasil Uji Statistik Deskriptif Harga (X3)	64
Tabel 4. 11 Hasil Uji Statistik Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)	65
Tabel 4. 12 Hasil Uji Normalitas	66
Tabel 4. 13 Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4. 14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	68
Tabel 4. 15 Hasil Uji Linearitas	69
Tabel 4. 16 Hasil Uji Autokorelasi	70
Tabel 4. 17 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
Tabel 4. 18 Hasil Uji T.....	73
Tabel 4. 19 Hasil Uji F	74
Tabel 4. 20 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual	26
--------------------------------------	-----------

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian.....	88
Lampiran 2 : Tabulasi Data Hasil Penelitian	93
Lampiran 3 : Output SPSS	97
Lampiran 4 : Dokumentasi Penelitian.....	102
Lampiran 5 : Surat Izin Penelitian	103
Lampiran 6 : Surat Balasan Izin Penelitian Dari Akar Coffee Wates Izin.....	104

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Keputusan pembelian pelanggan adalah kegiatan yang secara langsung dilakukan oleh individu dalam melakukan pembelian suatu barang/produk, dapat dilakukan antara 2 orang atau lebih yaitu antara penjual dan pembeli barang tersebut. Kebanyakan konsumen, baik konsumen individu maupun pembeli organisasi melalui proses mental yang hampir sama dalam memutuskan produk dan merek apa yang akan dibeli. Semakin banyak pengetahuan tentang faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen maka akan semakin besar kemampuan untuk mendesain penawaran produk dan jasa yang menarik. Fenomena tentang keputusan pembelian saat ini semakin beragam keputusan pembelian berkembang seiring perubahan perilaku konsumen.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen diantaranya adalah kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan (Andriani & Nasution, 2023). Kualitas Produk adalah salah satu faktor penting yang mempengaruhi adanya keputusan pembelian, dimana kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan suatu konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian suatu barang (Wijaya et al., 2023). Menurut Kloter & Armstrong (2013), beranggapan bahwa kemampuan sebuah produk memperagakan fungsinya, hal ini termasuk keseluruhan keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan kemudahan pengoperasian dan reparasi barang juga atribut barang lainnya. Pembeli semakin membutuhkan produk berkualitas untuk menangani masalah mereka dan mereka semakin fokus untuk melihat produk mana yang berkualitas dan mana yang tidak. Hal ini akan menjadi pertimbangan masing-masing perusahaan memiliki pilihan untuk menyaingi para pesaingnya dalam merebut pasar.

Selain faktor kualitas produk, Menurut Farisi & Siregar, (2020), harga juga mampu mempengaruhi keputusan pembelian pada konsumen. Menurut harga adalah jumlah semua nilai yang diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keuntungan dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa. Jadi bisa dikatakan harga tergantung pada kemampuan bernegosiasi dari pihak penjual atau pembeli untuk memperoleh harga kesepakatan yang sesuai dengan keinginan masing-masing pihak, sehingga

pada awalnya pihak penjual akan menetapkan harga yang tinggi dan pembeli akan menetapkan penawaran dengan harga terendah. Harga sebuah produk atau jasa merupakan faktor penentu dalam permintaan pasar. Harga merupakan hal yang sangat penting yang diperhatikan oleh konsumen dalam membeli produk atau jasa. Jika konsumen merasa cocok dengan harga yang ditawarkan, maka mereka akan cenderung melakukan pembelian ulang untuk produk yang sama. Dalam teori ekonomi disebutkan bahwa harga suatu barang atau jasa yang pasarnya kompetitif, maka tinggi rendahnya harga ditentukan oleh permintaan dan penawaran pasar (Aulia & Hutaeruk, 2023). Hal ini semakin sesuai harga dengan harapan konsumen akan membuat keputusan pembelian semakin tinggi.

Selain faktor kualitas produk dan harga yang baik, suatu perusahaan tentunya harus memiliki pelayanan yang baik sehingga memiliki nilai kepercayaan kepada calon konsumen maupun konsumen yang akan melakukan pembelian juga menciptakan kepuasan pelanggan ketika konsumen mendapatkan pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan memberikan sumbangan kontribusi yang penting bagi penciptaan diferensiasi dan strategi bersaing dalam setiap usaha pemasaran. Menurut Tambahani et al., (2021), kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Berdasarkan penelitian terdahulu nampak bahwa setiap bisnis perlu melakukan survei terkait keputusan pembelian dengan mengetahui faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian setiap bisnis agar dapat memberi

inovasi. Berdasarkan hasil penelitian terdahulu ditemukan bahwa masih terdapat ketidak konsistenan hasil penelitian tentang keputusan pembelian yaitu penelitian Masita, S., Suprpti, I., et al. (2024) terkait Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian di Coffee Shop “Retorika Kopi” Bangkalan yang mana menunjukkan bahwa Harga memiliki sikap konsumen netral (tidak signifikan).

Demikian halnya dengan coffee shop akar coffee wates yang memerlukan kebaruan agar tetap coffee shop ini yang dipilih konsumen. Berdasarkan hasil observasi ini awal menunjukkan bahwa di wates terdapat 2 coffee shop yang cukup ternama. Hal ini juga sebagai motivasi bagi akar coffee untuk terus melakukan inovasi untuk mendapatkan konsumen. Penelitian ini memilikinila (*research gap*) mengingat beberapa kali terdapat perbedaaan kalibrasi saat pembuatan kopi, harga cenderung lebih murah dibandingkan coffee shop lain, untuk pelayanan terkadang masih kurang cepat dalam melayani konsumen.

Maka peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Analisis Pengaruh Pelayanan, Kualitas Produk, Harga terhadap keputusan Pelanggan pada Coffee Shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah pelayanan mempengaruhi terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
2. Apakah kualitas produk mempengaruhi terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
3. Apakah harga mempengaruhi terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
4. Benarkah pelayanan, kualitas produk, harga secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan menganalisis :

1. Untuk menganalisis hubungan pelayanan terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
2. Untuk menganalisis hubungan kualitas produk terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
3. Untuk menganalisis hubungan harga terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.
4. Untuk menganalisis hubungan pelayanan, kualitas produk, harga secara simultan (Bersama-sama) berpengaruh terhadap keputusan penjualan coffee shop Akar Coffee Wates di Kabupaten Kediri.

D. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian yang dilakukan peneliti ini memiliki manfaat bagi peneliti sendiri, serta bagi perusahaan maupun bagi pembaca. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis

Penelitian yang dilakukan dapat menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi peneliti mengenai pengaruh pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian di coffee shop akar coffee wates. Selain itu dapat dijadikan sebagai referensi tambahan dan juga bahan pertimbangan untuk penelitian dengan tema yang sejenis di masa depan.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk membeli suatu produk sehingga dimasa yang akan datang bisa digunakan sebagai bahan pertimbangan pengambilan keputusan. Selain itu dapat memberikan saran yang berguna untuk perusahaan dalam menentukan strategi pemasaran selanjutnya.

b) Bagi Peneliti Selanjutnya

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya yaitu sebagai referensi atau sumber data untuk meningkatkan pemahaman tentang pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap keputusan pembelian pada konsumen yang ingin diteliti dikemudian hari.

DAFTAR RUJUKAN

- Anggoro, B. (2024). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Shoespa Cabang Pamulang Tangerang Selatan*. 12(1).
- Istiqomah, K., & Dono, A. (2023). *Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pasar Malam Di Desa Kasiro Kecamatan Batang Asai Kabupaten Sarolangun*. 1(4).
- Nasution, A. E., & Lesmana, M. T. (2018). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada Alfamart di Kota Medan)*. November.
- Rini, P., Oktavianti, M., & Anugrah, A. (2024). *TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Pada Bakso Urip Bandar Lampung)*. 08(01).
- Soenawan, A. D., Malonda, E. S., Perhotelan, P. M., Ekonomi, F., Petra, U. K., S, A. D., M, E. S., & M, E. S. (N.D.). *Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen D ' Stupid Baker Spazio Graha Family Surabaya*. 395– 409.
- Triputra, G., Darmajaya, J. B., & No, V. (2021). *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Ulang dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening*. 7(1), 70–88.
- Widya, K. (2021). *JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 5(3), 1154–1170.
- Putra, Gede, I. Sugianingrat, Widani, IAP. & Astrama, Made, I. (2022). “*Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian*”. Widya Amrita : Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata, Agustus, Vol.2 No.3 Hal 844-854.
- Ragasya, Alvino. (2022). “*Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Rumah Makan Padang Salero Enak di Surabaya*”. Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online), Vol.6 No.6 hal 347-361.
- Repi, J. R. Mandey. S.L & Kawet R.Ch.(2022). “*Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Bengkel Hendra Motor Langowan*”. Jurnal EMBA Vol. 10 No. 1 Januari 2022, Hal.429-439.
- Fandy Tjiptono, 2017, Strategi Pemasaran, Yogyakarta: Penerbit Andi,
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Progam SPSS. Cetakan keempat. Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang
- Ghozali, Imam. 2012. Aplikasi Analisis Multivariate dengan program spss. Edisi Kedua. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro

- Imamul Arifin, 2013, *Membuka Cakrawala Ekonomi*, Jakarta: PT. Setia Purna Joko Untoro, 2010, *Kewirausahaan dalam Manajemen Pemasaran*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Yogyakarta
- Klimchuck dan Krasovec, 2014, *Packaging Design*, Boston: Lia. Associates Kotler,
- P. dan Amstrong, 2014. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid 2 Edisi 15*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Leon dan Lazar, 2008. *Perilaku Konsumen Edisi 7*, Terj: Zulkifli Kasip, PT Indeks, Jakarta
- Malau, Harman, 2018, *Manajemen Pemasaran (Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global)*, Alfabeta, Bandung
- Martini, T. 2015. Analisis pengaruh harga, kualitas produk dan desain terhadap keputusan pembelian kendaraan bermotor merek honda jenis skutermatic. *jurnal ilmiah manajemen bisnis*, vol 9 no 1.
- Moeloeng, L. 2012. *Metodologi penelitian kualitatif* . Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Paul Peter dan Jerry Olson, 1996, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jakarta: Erlangga
- Pride dan Ferrel, 2010, *Marketing, Teori dan Praktek Sehari-hari*, Jakarta: PT. Surya Priyono, 2015, *Pengantar Manajemen*, Bandung: Alfabeta
- Rosady, Ruslan, 2013, *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*, PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Saladin, D. 2007. *manajemen pemasaran*. Bandung: Linda Karya. Samsul Ramli, 2013, *Pengantar Manajemen*, Bandung: Alfabeta.
- Schiffman dan Kanuk, 2012, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Indeks
- Simamora, Bilson, 2014, *Riset Pemasaran Falsafah, Teori dan Aplikasi*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sobry, Sutikno, 2013, *Desain Dalam Transformasi Pendidikan Teknologi*, Jakarta: Lentera
- SP, S. W., & Nurlela, 2013. pengaruh viral marketing terhadap keputusan pembelian pembelian pada PT .X. *Jurnal seminar nasional*.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Suharsimi, Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta

- Supranto, J. 2013, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pasar*, Jakarta: Rineka Cipta
- Sutisna. 2015. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Remaja Rosdakarya
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Tantono, T. L. (2021). Pengaruh Service Quality Dan Atmosphere Quality Zocco. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 515-525
- Rozeekhi, N. A., Hussin, S., Siddiqe, A. S., Rashid, P. D., & Salmi, N. S. (2016). The Influence of Food Quality on Customer Satisfaction in Fine Dining Res
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF, KUALITATIF, DAN R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet. 1). Alfabeta. Sugiyono. (2021a). *Statistika untuk penelitian* (cet. 31.). Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2021b). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr.
- Rosyani, P., & Rahman, A. (2022). Pembuatan Company Profile Berbasis Web Pada Pinarax Shoe. *OKTAL : Jurnal Ilmu Komputer Dan Science*, 1(7), 930–934. <https://journal.mediapublikasi.id/index.php/okta>
- Andriani, Z., & Nasution, S. Mi. A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Fashion di Tiktok Shop pada Pengguna Aplikasi Tiktok. *Bursa: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 210–220.
- Apriliana, & Sukaris. (2022). Analisa Kualitas Layanan Pada Cv. Singoyudho Nusantara. *Jurnal Maneksi*, 11(2), 498–504. <https://doi.org/10.31959/jm.v11i2.1246>
- Aulia, S., & Hutaaruk, B. M. (2023). *Pengaruh Celebrity Endorser , Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Minat Beli Produk Garnier (Studi kasus pada mahasiswa Universitas Pelita Bangsa)*. 9(4), 1182–1191.
- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v3i1.4941>
- Handayani, S., Sari, T., Syakira, A. D., Rahmatullah, I. B., & Sulaeman, E. (2024). Pengaruh Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Centanggbiru. Official). *JAMBURA: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 1495–1501.

- Kotler, K. (2018). *Marketing Management*. Erlangga.
- Kotler, P. (2019). *Manajemen Pemasaran* (Milenium). Prenhalindo.
- Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. TOI. *Jurnal Ekonomi Volume*, 7(2), 113–125. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.240>
- Maulinda, S. R., & Simatupang, R. A. (2010). *Pengaruh Motivasi, Persepsi, Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sirup Merek Value Plus*. 5(2), 101–120.
- Muharam, W., & Soliha, E. (2016). *Kualitas Produk, Citra Merek, Persepsi Harga Dan Keputusan Pembelian Konsumen Honda Mobilio*. 2014, 755–762.
- Prabowo, V. A., Aras, M., Simbolon, C. A. P., & Basuki, P. N. (2022). Proses Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Produk Nudie Jeans Co. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 16896–16914. <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i10.12978>
- Prasetyani, I., & Wahyuningsih, T. H. (2019). Pengaruh Sumber Informasi, Keamanan, Dan Persepsi Resiko Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee. *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi*, 10(2), 91–104.
- Ruhamak, M. D. (2016). Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Air Minum Merk Aqua (Studi Kasus Di Ud Budi Jaya Kediri). *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 1(1), 38–49. <https://doi.org/10.30737/ekonika.v1i1.8>
- Saidani, B., Rachman, M. A., & Rizan, M. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Futsal Adidas Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 4(2), 201–217.
- Samad, A., & Wibowo, I. (2016). Pengaruh Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Olahraga Merek Specs Di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, 4(3). <https://doi.org/10.35137/jmbk.v4i3.60>
- Sayed, F., Ilato, R., Hafid, R., Moonti, U., & Sudirman, S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Amira Meubel. *Journal of Economic and Business Education*, 1(2), 83–92. <https://doi.org/10.37479/jebe.v1i2.18651>
- Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif* (Cet. 1). Alfabeta.
- Sugiyono, P. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo, S.Pd (ed.); Edisi 2). ALFABETA, cv.
- Tambahani, Y. O., Kalangi, J. A. F., & Walangitan, O. (2021). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta BPJS Kesehatan Kabupaten Halmahera Utara*. 2(2).

- Wahyono, F. N., & MM, R. A. S. (2023). *The Effect Of Price And Service Quality On Customer Satisfaction On Warbon Coffeee Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warbon Kopi*. 5(2), 1–11. <https://doi.org/10.59806/tribisnis.v5i2.306>
- Wardoyo, & Andini, I. (2017). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Gunadarma. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sumber Daya*, 19(1), 12–26. <https://doi.org/10.23917/dayasaing.v19i1.5101>
- Widyaningrum, P. W. (2016). *Pengaru Label Halal dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Wardah di Ponorogo)*.
- Wijaya, W. R. B., Widayati, C. C., & Perkasa, D. H. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran ABC di Pantai Indah Kapuk). *Jurnal Kewirausahaan Dan Multi Talenta*, 1(3), 133–142.