



**LAPORAN PENELITIAN**

**JUDUL:**

**PENGARUH HARGA, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *FRIED CHICKEN* &  
AYAM GEPREK WONG NGANJUK**

**Oleh:**

Erliana Putri Puspitasari	(2112010067)
Basthoumi Muslih, M.M	(0701018607)
Rony Kurniawan, M.M	(0730076804)

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI  
JUNI 2025**

## HALAMAN PENGESAHAN

1. Judul Penelitian : Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong* Nganjuk
2. Ketua
- a. Nama Lengkap : Erliana Putri Puspitasari
- b. NPM : 2112010067
- c. Fak/Prodi : FEB/Manajemen
- d. Alamat Rumah : Ds. Kalianyar, Kec. Ngronggot, Kab. Nganjuk
- e. Telp./HP : 087883664768
- f. Email : [erlianapuspitasari67@gmail.com](mailto:erlianapuspitasari67@gmail.com)
3. Jangka waktu Penelitian : 4 bulan
4. Pembiayaan :
- a. Diajukan ke YPLP-PT PGRI Kediri : -
- b. Dari sumber lain : Rp 10.000.000
- Jumlah Seluruhnya : Rp 10.000.000

Mengetahui,  
Kaprodi Manajemen



Kediri, 23 Juni 2025  
Ketua,

Erliana Putri Puspitasari  
NPM. 2112010067

Menyetujui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis



## KATA PENGANTAR

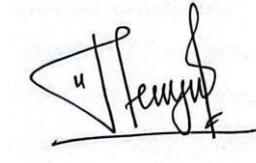
Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan laporan penelitian ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri.
2. Dr. Amin Tohari, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen.
4. Basthoumi Muslih, M.M. selaku Dosen Pembimbing 1 dan Rony Kurniawan, M.M selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah meluangkan waktu untuk memberi bimbingan dan memberikan ilmu pengetahuan, sehingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Dandot Alkomsu selaku pemilik dari usaha *Fried Chicken & Ayam Geprek* wong Nganjuk yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian.
6. Kedua Orang Tua penulis dan kakak yang tidak pernah lelah memberikan dukungan baik moril maupun materil selama menjalani studi di bangku perkuliahan dan yang selalu menjadi penyemangat dan pengingat yang baik dalam hidup penulis.
7. Ucapan terimakasih kepada saya sendiri sebagai penulis karena telah mampu untuk menyelesaikan penyusunan laporan ini dan telah bertahan sejauh ini walaupun jalan yang ditempuh tidak mudah.
8. Ucapan terimakasih juga disampaikan kepada teman-teman seperjuangan dan pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, yang telah banyak membantu menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan. Sehingga penulis membutuhkan saran dan kritik yang bersifat membangun dalam melengkapi dan menyempurnakan skripsi ini agar penulis dapat lebih maju lagi.

Kediri, 26 Maret 2025

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'ERLIANA PUTRI PUSPITASARI', with a stylized flourish at the end.

ERLIANA PUTRI PUSPITASARI

NPM : 2112010067

## RINGKASAN

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis kausalitas. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang berkunjung di *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* dengan jumlah yang tidak terbatas. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 40 responden yang diambil dengan menggunakan teknik accidental sampling (acak). Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner. Analisis data penelitian ini menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan alas SPSSv23. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* baik secara parsial maupun simultan. Keterbatasan dalam penelitian ini yang dapat mempengaruhi hasil dan generalisasi penelitian di *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* adalah penelitian ini hanya berfokus pada usaha *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*, sehingga hasil yang diperoleh belum tentu mencerminkan kondisi di usaha sejenis di daerah lain.

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

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
RINGKASAN .....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL .....	viii
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR LAMPIRAN .....	x
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Tujuan Penelitian.....	6
BAB II.....	7
KAJIAN TEORI.....	7
A. Landasan Teori .....	7
1. Keputusan pembelian.....	7
2. Harga .....	10
3. Lokasi .....	13
4. Kualitas Pelayanan.....	15
B. Kerangka Konseptual .....	18
BAB III.....	19
METODE PENELITIAN .....	19
A. Deskripsi Metode Penelitian.....	19
B. Rincian Proses Pengumpulan Data.....	19
C. Sasaran Penelitian.....	20
D. Instrumen Penelitian .....	21
E. Prosedur Analisis Data .....	23
BAB IV .....	30
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	30
A. Hasil Penelitian.....	30
B. Pembahasan .....	37
BAB V.....	42

KESIMPULAN DAN SARAN ....	<b>DAFTAR ISI</b> .....	42
A. Kesimpulan.....		42
B. Saran.....		43
DAFTAR PUSTAKA.....		44

## DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kisi-kisi Instrumen.....	21
Tabel 3. 2 Tabel Skala Likert .....	23
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas X1 (Harga).....	24
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas X2 (Lokasi).....	24
Tabel 3. 5 Hasil Uji Validitas X3 (Kualitas Pelayanan).....	25
Tabel 3. 6 Hasil Uji Validitas Y (Keputusan Pembelian) .....	25
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reliabilitas .....	26
Tabel 4. 1 Uji Karakteristik Jenis Kelamin .....	30
Tabel 4. 2 Uji Karakteristik Usia.....	31
Tabel 4. 3 Hasil Uji Kolmogrov Smirnov .....	32
Tabel 4. 4 Hasil Uji Multikoleniaritas .....	32
Tabel 4. 5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	34
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	35
Tabel 4. 7 Hasil Uji T (Parsial) .....	36
Tabel 4. 8 Hasil Uji F (Simultan) .....	37

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual .....	18
Gambar 4. 1 Normality Probability Plot.....	31
Gambar 4. 2 Scatterplot.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Surat Ijin Penelitian.....	48
Lampiran 2: Surat Balasan Dari Perusahaan .....	49
Lampiran 3: Instrumen Penelitian .....	50
Lampiran 4: Tabulasi Angket.....	54
Lampiran 5: Output Hasil SPSS.....	58
Lampiran 6: Dokumentasi .....	66
Lampiran 7: Artikel Yang Dipublikasikan .....	67

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Bisnis kuliner di Indonesia sekarang semakin populer dan menunjukkan kenaikan yang cukup tajam dari hari ke hari (Deni, 2022). Hal ini terjadi sebab pola hidup masyarakat yang semakin *mobile*, serta semakin canggihnya teknologi yang ada di masyarakat, terlihat dari meningkatnya minat masyarakat untuk mencoba beragam menu makanan yang ditawarkan oleh para pelaku usaha kuliner. Bisnis kuliner sendiri merupakan kegiatan yang menghasilkan berbagai jenis makanan baik itu lauk-pauk, camilan maupun minuman dengan tujuan utama untuk memperoleh keuntungan (Ezizwita & Sukma, 2021). Menjadi sangat penting bagi pemilik bisnis kuliner untuk dapat mengembangkan strategi yang dapat mendorong konsumen untuk mengembangkan rasa ingin tahu, dengan tujuan akhir agar konsumen memutuskan untuk membeli. Pelaku usaha di bidang kuliner di haruskan untuk menyiapkan strategi untuk menciptakan produk yang memiliki karakteristik tersendiri, agar konsumen bisa membedakan antara produk dari satu usaha dengan produk dari usaha lainnya sehingga konsumen merasa terkesan (Setyani et al., 2021).

Perkembangan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang terus meningkat berperan penting dalam memperkuat pendapatan negara melalui pajak dan mendukung stabilitas fiskal di negara berkembang (Tohari et al., 2024). Dengan pernyataan tersebut, menyebabkan usaha kuliner berkembang sangat pesat sehingga membuat persaingan yang ketat tidak terelakkan lagi, banyak wirausaha yang dituntut mengamati perilaku konsumen dan faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian supaya dapat bersaing dengan kompetitor yang sejenis dan mendapatkan pasar sasaran. Mengembangkan pasar sasaran dapat menghasilkan basis pelanggan yang besar dan kemampuan untuk mempengaruhi pelanggan lain, pemasaran dapat digambarkan sebagai aset

perusahaan. Pemasaran ialah suatu aktivitas mencakup penciptaan, pendistribusian, promosi, penetapan harga produk serta ide guna memenuhi kepuasan konsumen dan menjaga hubungan baik dengan pihak terlibat (Tjiptono & Diana, 2020). Strategi pemasaran yang dirancang secara terstruktur akan bermanfaat secara optimal baik untuk internal maupun eksternal usaha (Aliami et al., 2022). Wirausaha dituntut untuk melakukan inovasi dan kreativitas guna menciptakan sesuatu yang unik dan berbeda sebagai ciri khas, serta perlu merumuskan strategi untuk membuat pelanggan puas dan menciptakan rasa antusiasme yang akan memengaruhi keputusan mereka dalam membeli produk tersebut. Pelaku usaha harus mampu menarik minat konsumen dan menciptakan kenyamanan, sehingga hal itu bisa menjadi keunggulan dibandingkan bisnis sejenis (Fadil et al., 2022).

Para pelaku bisnis kuliner melihat perubahan gaya hidup masyarakat sebagai peluang untuk mengembangkan usahanya. Menjamurnya bisnis kuliner ini juga terjadi di wilayah Jawa Timur, salah satunya kabupaten Nganjuk yang terbukti dengan munculnya beragam usaha kuliner di berbagai penjuru daerah. Dengan banyaknya pilihan restoran yang ada di kabupaten Nganjuk, konsumen tentu memiliki beberapa pertimbangan ketika menargetkan pilihan. Setiap konsumen memiliki keinginan dan kemampuan yang dapat mendorong minat mereka untuk membeli, keinginan ini perlu dipengaruhi agar mengarah pada tindakan nyata berupa pembelian.

Seperti halnya dengan salah satu usaha kuliner di kabupaten Nganjuk yaitu *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* yang merupakan usaha kuliner yang berlokasi di Jl. Raya kalianyar, Ds. Kalianyar, Kec.Ngronggot, Kab. Nganjuk, Jawa Timur dan berdiri pada tahun 2022. Usaha ini mengkhususkan diri dalam penyajian berbagai olahan ayam, dengan fokus utama pada ayam goreng dan ayam geprek yang menjadi favorit banyak orang. *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* menawarkan berbagai pilihan menu yang menggugah selera. Ayam gorengnya dikenal karena bumbu yang meresap dan tekstur yang *crispy*, namun tetap *juicy*. Sementara itu, ayam geprek dihidangkan dengan sambal khas yang pedas dan lezat, membuatnya

sangat cocok untuk para penggemar masakan pedas. *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* juga menawarkan berbagai menu menarik lainnya untuk memanjakan lidah pengunjung. Di antara pilihan yang tersedia adalah ayam gerpek dengan berbagai topping saos, mie ayam geprek, nasi goreng, berbagai minuman dan juga snack pelengkap. Dengan variasi menu yang beragam, *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* berkomitmen memenuhi selera semua pengunjung, baik yang mencari makanan berat maupun ringan. *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* berkomitmen untuk menggunakan bahan-bahan berkualitas tinggi dan segar, karena tingkat kesegaran yang dimiliki suatu makanan sangat memengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan pembelian (Nuriadi & Hakimah, 2023). Proses memasak yang higienis dan pemilihan bumbu yang tepat memastikan setiap hidangan yang disajikan tidak hanya enak, tetapi juga sehat. Suasana di tempat ini juga ramah dan nyaman serta Tim pelayanan yang profesional dan bersahabat menciptakan pengalaman makan yang menyenangkan bagi pengunjung. Namun, menjamurnya bisnis kuliner serupa disekitar *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* menyebabkan permasalahan yang dihadapi ialah jumlah pembeli yang naik turun sehingga berakibat pada penjualan yang fluktuatif.

Persaingan bisnis yang semakin sengit, terutama dari usaha sejenis, menuntut setiap pelaku usaha diharuskan bergerak lebih cepat dalam menarik perhatian konsumen. Oleh karena itu, perusahaan yang menggunakan konsep pemasaran harus mempertimbangkan perilaku konsumen dan faktor yang berpengaruh pada keputusan pembelian. Untuk mencapai kesuksesan, pengusaha perlu lebih memperhatikan lebih banyak faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. “*Purchasing decisions are defined as what to buy, whether to buy or not, when to buy, where to buy, and how to pay for it*”, keputusan pembelian muncul dari dorongan internal seseorang, yang menandakan bahwa konsumen merasakan puas dengan produk yang di jual sehingga jumlah keputusan pembelian pun akan meningkat (Kotler & Armstrong, 2018). Dari definisi tersebut, dalam melakukan keputusan

pembelian pasti melalui beberapa langkah hingga pada akhirnya memutuskan membeli suatu produk. Konsumen akan mengenali produk mulai dari pengenalan masalah, mencari informasi, mengambil alternatif, hingga sampai di tahap memutuskan untuk membeli.

Sebagai proses dalam pengambilan keputusan harga memainkan peran krusial dalam pengambilan keputusan konsumen, karena sering kali menjadi faktor pertimbangan utama yang mempengaruhi apakah mereka akan membeli suatu produk. Hukum permintaan menyebutkan jika jumlah produk yang diminta akan bergerak berlawanan arah dengan perubahan harga, ketika harga suatu barang menurun, permintaannya cenderung meningkat. Sebaliknya, jika harga barang naik, jumlah permintaan akan menurun, dengan asumsi *ceteris paribus* (Purnomo et al., 2021). Harga adalah jumlah nilai yang dibayarkan oleh pembeli guna mendapat manfaat dan kepemilikan dari mempergunakan suatu produk (Kotler & Keller, 2016). Dengan begitu, konsumen akan memutuskan untuk membeli atau tidaknya suatu produk apabila keuntungan yang diterima sebanding atau lebih besar dari apa yang telah di keluarkan untuk memperolehnya. Oleh karena itu, harga yang wajar bagi sebuah usaha perlu dipertimbangkan dengan cermat.

Penjelasan mengenai harga tersebut sesuai dengan penelitian (Afifi & Widodo, 2021) dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang” menunjukkan variabel harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Begitu juga dalam penelitian (Tua et al., 2022) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di CV. Citra Nauli Electricsindo Pekanbaru" yang menunjukkan harga secara parsial mempunyai pengaruh terhadap keputusan pembelian. Harga yang di tawarkan *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* cenderung bervariasi, sehingga untuk memuaskan konsumen, diharapkan harga yang ditetapkan oleh *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk* sesuai dengan harapan konsumen.

Selain harga, faktor lain yang berpengaruh pada keputusan pembelian seseorang ialah lokasi. Lokasi berfokus pada beragam kegiatan yang bermaksud untuk mempermudah dan memperlancar proses pengiriman atau distribusi barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2015). Sejalan dengan penelitian (Biantoro et al., 2021) yang berjudul “Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR” hasil bahwa lokasi mempunyai pengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Selain itu, penelitian (Pitaloka & Juliandara, 2024) dengan judul "Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Depot Malakajaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi" dengan hasil bahwa lokasi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian. Lokasi *Fried Chikcen & Ayam Geprek Wong Nganjuk* ini berada di pedesaan sehingga konsumen itu-itu saja yang menjadikan kurang adanya konsumen baru yang mengetahui keberadaan *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*.

Dalam menentukan keputusan pembelian, konsumen tidak sekedar mempertimbangkan harga atau produk, melainkan juga kualitas pelayanan yang ditunjukkan, karena pada dasarnya pelayanan yang cepat, ramah dan tepat akan menjadi nilai tambahan di mata konsumen. Kualitas pelayanan menjadi faktor yang tak kalah penting karena bermakna sebagai ukuran seberapa baik pelayanan memenuhi ekspektasi konsumen, sehingga kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diinginkan serta pengelolaan untuk mencapai keunggulan tersebut guna memenuhi kebutuhan pelanggan (Tjiptono, 2019). Oleh karena itu, Pelayanan yang berkualitas akan memberikan pengaruh positif bagi pelanggan dalam membangun hubungan yang solid dengan usaha terkait. Hal tersebut sesuai dengan penelitian (Tuhumena et al., 2024) berjudul “Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth dan Kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian Onde-onde Bu Susi” dengan hasil bahwa keputusan pembelian sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Begitu juga dengan penelitian (Putri & Dewi, 2024) yang berjudul "Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan

pembelian Konsumen Pada CV. Graha Honda Cabang Martubung" yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh parsial antar kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh *Fried Chikcen & Ayam Geprek Wong Nganjuk* ini telah cukup baik namun masih ada beberapa pelayanan yang kurang seperti di karenakan pemilik usaha mempunyai dua usaha yang bersampingan yang menjadikan karyawan menghandle keduanya, sehingga ketika konsumen ramai hal tersebut membuat konsumen tidak merasa di perhatikan dan kurang dirasa dilayani.

Berdasarkan penjelasan pada latar belakang, peneliti tertarik untuk ingin mengetahui lebih lanjut dengan melakukan penelitian berjudul "Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*".

## **B. Tujuan Penelitian**

Sesuai dengan penjelasan latar belakang, penelitian ini memiliki tujuan yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*.
2. Untuk mengetahui pengaruh lokasi secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*.
4. Untuk mengetahui pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian pada *Fried Chicken & Ayam Geprek Wong Nganjuk*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Afifi, F. F., & Widodo, A. (2021). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 5(2), 481. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v5i2.350>
- Aliami, S., Muslih, B., Zulistiani, Z., & Sardanto, R. (2022). Analisis Segmenting, Targeting, dan Positioning pada Batik Tulis Ningrat Prasojo. *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, 7(1), 67–78.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta.
- Anasrulloh, M., Muslih, B., & Hastuti, M. A. S. W. (2020). *Ekonomi Syariah* (1st ed.). Malang : PT. Book Mark Indonesia.
- Biantoro, R., Manajemen, F., & Ciputra, U. (2021). *Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Martabak BAPR*. 6(April). <https://doi.org/https://doi.org/10.37715/jp.v6i1.1911>
- Deni, M. (2022). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Granat Mas Aziz (Cabang Bukit Palembang). *Jurnal Majalah Ilmiah Manajemen*, 11. <https://doi.org/https://doi.org/10.58437/mim.v11i1.92>
- Ezizwita, E., & Sukma, T. (2021). Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Bisnis Kuliner Dan Strategi Beradaptasi di Era New Normal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 23(1), 51–63. <https://doi.org/10.47233/jebd.v23i1.169>
- Fadil, M., Hakimah, E. N., & Kurniawan, R. (2022). Pengaruh Layout Warung, Word Of Mouth Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Warunk Duren Tulungagung. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 7.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate*. Bandung : Badan Penerbit

Universitas Diponegoro.

- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya : Unitomo Press.
- Jamal, A., & Busman, S. A. (2021). Pengaruh Cita Rasa Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ayam Geprek Junior Cabang Pekat Di Kabupaten Sumbawa. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 27–34. <https://doi.org/https://doi.org/10.37673/jmb.v4i2.1301>
- Janna, N. M., & Herianto. (2021). *Konsep Uji Validitas dan reliabilitas Dengan menggunakan SPSS*. <https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/v9j52>
- Kasmir. (2016). *Manajemen sumber daya manusia (teori dan praktik)*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Buku Prinsip Prinsip Pemasaran* (13th ed.). Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing*. Jakarta : Salemba Empat.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2019). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). England : Person Prentice Hall.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Alfabeta.
- Mauludin, H. (2019). *Marketing Research: Panduan Bagi Manajer dan Pimpinan Perusahaan*. Jakarta : Elex Media Komputindo.
- Nanda, M. T., & Wangdra, Y. (2021). *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Teno Sukses Abadi di Kota Batam*. <https://ejournal.upbatam.ac.id>
- Nuriadi, E. A. D., & Hakimah, E. N. (2023). Pentingnya Faktor Kesegaran

- Kualitas Makanan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Konsumen Rumah Makan. *Simposium Manajemen Dan Bisnis II Program Studi Manajemen - FEB UNP Kediri*, 2. <https://doi.org/https://doi.org/10.29407/8m7hgm82>
- Pitaloka, D. A., & Juliandara, L. (2024). Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Isi Ulang Depot Malaka Jaya Plast, Kec. Cabangbungin, Kab. Bekasi. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 8(1), 873–891. <https://doi.org/10.31955/mea.v8i1.3659>
- Purba, D. S., Tarigan, W. J., Sinaga, M., & Tarigan, V. (2021). Pelatihan Penggunaan Software SPSS Dalam Pengolahan Regresi Linear Berganda Untuk Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Simalungun Di Masa Pandemi Covid 19. *Jurnal Karya Abdi Masyarakat*. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jkam.v5i2.15257>
- Purnomo, H., Sardanto, R., & Muslih, B. (2021). Signifikansi Harga, Fasilitas dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Hotel. *JURNAL EKOBIS: EKONOMI, BISNIS & MANAJEMEN*, 11. <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9546>
- Putri, W. M., & Dewi, A. F. (2024). Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada CV. Graha Honda Cabang Martubung. *Jurnal Widya*, 5. <https://doi.org/10.54593/awl.v5i1.319>
- Setyani, A. D., Aliami, S., & Hakimah, E. N. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Promosi, dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Khusus Pada Kedai Ayam Geprek" Takhasiena" Kecamatan Kertosono-Kabupaten Nganjuk). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6(1), 464–470.
- Sholihah, S. M., Aditiya, N. Y., Evani, E. S., & Maghfiroh, S. (2023). Konsep Uji Asumsi Klasik Pada Regresi Linear berganda. *Jurnal Riset Akuntansi Soerdiman (JRAS)* (JRAS).

<https://doi.org/https://doi.org/10.32424/1.jras.2023.2.2.10792>

- Simangunsong, E., Situmorang, T. Y. N., Sagala, R., Simanihuruk, P., R.Purba, I., & Bangun, K. (2024). *Pengaruh Lokasi, Word Of Mouth (Komunikasi Dari Mulut Ke Mulut) dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bengkel Yamaha PadangMotor Sidikalang*. 3. <https://doi.org/10.54367>
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2018). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran (Konsep, Strategi dan Kasus)*. Jakarta : CAPS (Center Of Academic Publishing Service).
- Suprianto, A., Widodo, M. W., & Kusumaningtyas, D. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Broden screen Printing. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi*, 6.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, dan Penelitian)*. Yogyakarta : Andi.
- Tjiptono, F., & Diana, A. (2020). *Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- Tohari, A., Ramadhani, R. A., Muslih, B., & Kurniawan, A. (2024). Structural Equation Modeling: Taxpayer Compliance Of MSMES In Kediri City. *RGSA Revista De Gestao Social E Ambiental*, v.18.n.7. <https://doi.org/https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n7-078>
- Tua, G. V. M., Andri, & Andariyani, I. M. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Mesin Pompa Air Submersible Dab Decker Di Cv. Citra Nauli Electricssindo Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(04), 140–154. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i04.266>
- Tuhumena, M. Y. J., Soeprajitno, E. D., & Kurniawan, R. (2024). Pengaruh Digital Marketing, Word Of Mouth dan Kualitas pelayanan terhadap

Keputusan pembelian Onde-onde Bu Susi. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*.<https://proceeding.unpkediri.ac.id/index.php/simanis/article/view/4782>

Wirawan, A. D., Soeprajitno, E. D., & Meilina, R. (2023). Pengaruh media Sosial, Harga dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian di Toko Legian Nursery. *Simposium Manajemen Dan Bisnis*, 2.