

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG BOTOK MBAK
LIS**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Penulisan Skripsi Guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Pada Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UN PGRI Kediri



OLEH :

M. FRESA ROSALDI

NPM: 18.1.02.02.0088

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NUSANTARA PERSATUAN GURU REPUBLIK INDONESIA
UNP KEDIRI
2022**

Skripsi oleh:

M. FRESA ROSALDI

NPM: 18.1.02.02.0088

Judul:

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG BOTOK MBAK
LIS**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada
Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal: 18 Juni 2022

Pembimbing I



Gesty Ernestivita, M.M.
NIDN. 0720059101

Pembimbing II



M. Zuhdi Sasongko, SE., Ak., M.MT.
NIDN. 0709097606

Skripsi oleh:

M. FRESA ROSALDI
NPM: 18.1.02.02.0088

Judul:

**PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG BOTOK MBAK
LIS**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri
Pada tanggal: 26 Juli 2022

Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan

Panitia Penguji:

1. Ketua : Gesty Ernestivita, M.M.
2. Penguji I : Dian Kusumaningtyas, M.M
3. Penguji II : M. Zuhdi Sasongko, S.E., Ak., M.MT.



Mengetahui,
Dekan FEB,



Dr. Subagyo, M.M.
NIDN. 0717066601

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : M. Fresa Rosaldi
Jenis Kelamin : Laki-laki
Tempat/tgl. lahir : Kediri/ 28 Februari 2000
NPM : 18.1.02.02.0088
Fak : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu 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, 26 Juli 2022
Yang Menyatakan



M. Fresa Rosaldi
NPM: 18.1.02.02.0088

Abstrak

M. Fresa Rosaldi: “Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Botok MBAK LIS”, Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2022.

Kata Kunci: Lokasi, Kualitas Pelayanan, Promosi, Dan Keputusan Pembelian.

Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Kuliner botok MBAK LIS menjual berbagai banyak olahan botok yang terbuat dari jenis ikan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pada pengaruh parsial dan simultan variabel lokasi, kualitas pelayanan, promosi, dan keputusan pembelian di warung Botok MBAK LIS. Penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder. Populasi dalam penelitian ini adalah orang yang membeli produk, dengan jumlah sampel 40 responden, menggunakan analisis uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, koefisien determinasi (R^2), uji-t dan uji-F. Hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa (1) lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. (2) Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. (3) Promosi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian. (4) Lokasi, pelayanan, promosi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur Kami panjatkan kehadirat Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi dengan judul **"Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Botok MBAK LIS"**

Penyusunan skripsi ini merupakan bagian rencana penelitian guna penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dukungan dari berbagai pihak, pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus tulusnya kepada:

1. Dr. Zainal Afandi, M.Pd. selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri yang selalu memeberikan dorongan motivasi kepada mahasiswa.
2. Bapak Dr. Subagyo, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri.
3. Restin Meilina, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri.
4. Gesty Ernestivita, M.M. Selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. M. Zuhdi Sasongko, M.MT. Selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penyusunan skripsi ini
6. Segenap Dosen dan Karyawan Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri atas segala dedikasinya selama ini.
7. Ibu Fidia Sulistina pemilik Warung Botok MBAK LIS, yang berlokasi di Jl. Ngipik Mbono, No.21, Kecamatan Boyolanggu, Kabupaten Tulungagung, Jawa Timur 66235, yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.

8. Seluruh karyawan Warung Botok MBAK LIS yang bersedia membantu, memberikan pengarahannya serta memberikan kritik maupun saran kepada penulis selama melakukan penelitian.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan, maka kritik dan saran-saran dari berbagai pihak sangat diharapkan. Disertai harapan semoga skripsi ini mempunyai manfaat bagi kita semua.

Kediri, 26 Juli 2022



M. Fresa Rosaldi
NPM: 18.1.02.02.0088

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Rumusan Masalah.....	6
E. Tujuan Penelitian.....	6
F. Kegunaan Penelitian.....	7
BAB II : KAJIAN TEORI DAN HIPOTESIS.....	9
A. Kajian Teori.....	9
1. Keputusan pembelian.....	9
a. Pengertian Keputusan Pembelian.....	9
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	10
c. Tahap-tahapan Proses Pengambilan keputusan Pembelian.....	12
d. Indikator Keputusan Pembelian.....	13
2. Lokasi.....	14
a. Pengertian Lokasi.....	14
b. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Lokasi.....	16
c. Indikator Lokasi.....	16
3. Kualitas Pelayanan.....	17
a. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	17
b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	18
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	19
4. Promosi.....	19
a. Pengertian Promosi.....	19
b. Tujuan Promosi.....	20
c. Indikator Promosi.....	21

B. Kajian Terdahulu	22
C. Kerangka berfikir	25
1. Hubungan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian.....	25
2. Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	25
3. Hubungan Promosi terhadap Keputusan Pembelian	26
4. Hubungan lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian	26
D. Kerangka Konseptual	27
E. Hipotesis.....	29
BAB III : METODE PENELITIAN	30
A. Variabel Penelitian	30
1. Identifikasi Variabel Penelitian	30
a. Variabel Independen (<i>Independent Variable</i>).....	30
b. Variabel Terikat (Dependen Variable)	30
a. Variabel terikat Y	31
b. Variabel bebas X.....	31
B. Pendekatan dan Teknik Penelitian	33
1. Pendekatan Penelitian.....	33
2. Teknik Penelitian.....	33
C. Tempat dan Waktu Penelitian	34
1. Tempat Penelitian	34
2. Waktu Penelitian	34
D. Populasi dan Sampel	34
1. Populasi	34
2. Sampel	35
E. Instrumen Penelitian.....	36
1. Pengembangan Instrumen	36
2. Validitas dan Rehabilitas Instrumen.....	37
a. Uji Validitas.....	38
b. Uji Reliabilitas	40
1. Sumber dan Langkah-Langkah Pengumpulan Data.....	41
a. Sumber Data	41
b. Langkah –langkah Pengumpulan Data	41
G. Teknik Analisis Data.....	43
1. Statistik Deskriptis.....	43
2. Uji Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikoleniaritas.....	44
c. Uji Autokolerasi.....	45
d. Uji Heteroskedastisitas	45
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	46
4. Uji Koefisien Determinasi	47
5. Uji Hipotesis.....	47

a. Uji t (Parsial).....	47
b. Uji F (Simultan).....	48
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	50
1. Sejarah Perusahaan	50
2. Visi Misi Warung Botok MBAK LIS	50
B. Deskripsi Data Variabel	51
1. Deskripsi Karakteristik Responden	51
C. Analisis data	63
1. Uji Asumsi Klasik	63
a. Uji Normalitas	63
b. Uji Multikolinieritas	64
c. Uji Autokolerasi.....	65
d. Uji Heteroskedastisitas	66
2. Uji Regresi Linier Berganda	66
3. Analisis Koefisien Determinasi	69
D. Pengujian Hipotesis	69
1. Uji t (Parsial)	69
2. Uji F (Simultan).....	71
E. Pembahasan	72
BAB V : SIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	78
A. Simpulan.....	78
B. Implikasi.....	78
C. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	81
LAMPIRAN	83

DAFTAR TABEL

Tabel	halaman
1.1 : Data Penjualan Warung Botok MBAK LIS.....	2
2.1 : Penelitian Terdahulu.....	23
3.1 : Skala Likert Pada Pertanyaan Tertutup.....	36
3.2 : Tabel Kisi-Kisi Instrument Penelitian.....	37
3.3 : Hasil Uji Validitas.....	39
3.4 : Hasil Uji Reliabilitas.....	40
4.1 : Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2 : Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4.3 : Tanggapan Responden Terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.4 : Tanggapan Responden Terhadap Lokasi (X1).....	56
4.5 : Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X2).....	58
4.6 : Tanggapan Responden Terhadap Promosi (X3).....	61
4.7 : Uji Multikolinearitas.....	64
4.8 : Uji Autokolerasi.....	65
4.9 : Regresi Linier Berganda.....	67
4.10 : Analisis Koefisien Determinan.....	69
4.11 : Output Uji t.....	70
4.12 : Uji F.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar	halaman
2.1 : Kerangka Konseptual.....	28
4.1 : Hasil Uji Normalitas.....	63
4.2 : Uji Heteroskedastisitas.....	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	halaman
1 : Kuesioner Penelitian.....	83
2 : Data Penelitian Jenis Kelamin Dan Usia Responden.....	88
3 : Data Penelitian Keputusan Pembelian (Y).....	89
4 : Data Penelitian Lokasi (X1).....	90
5 : Data Penelitian Pelayanan (X2).....	91
6 : Data Penelitian promosi (X3).....	92
7 : Output Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	93
8 : Output Uji Validitas Variabel Lokasi (X1).....	94
9 : Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2).....	95
10 : Output Uji Validitas Variabel Promosi (X3).....	96
11 : Output Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	97
12 : Output Uji Reliabilitas Variabel Lokasi (X1).....	97
13 : Output Uji Reliabilitas Variabel Pelayanan (X2).....	97
14 : Output Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3).....	97
15 : Output SPSS Statistika Deskriptif.....	98
16 : Surat Izin Penelitian.....	105
18 : Lampiran Dokumentasi.....	108

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Bisnis kuliner merupakan salah satu usaha yang dapat berkembang dan memiliki potensi yang baik untuk kedepannya. Seperti contoh produk makanan dengan konsep lokasi yang unik, nyaman, menarik saat ini sering banyak kita jumpai pada semua daerah perkotaan dan pedesaan, yang mana sekarang sudah merata hampir terjangkau ke semua daerah. Bisnis makanan (kuliner) merupakan salah satu bisnis yang berkembang pesat dan memiliki potensi berkembang yang cukup besar. Hal ini karena pada dasarnya makanan merupakan salah satu kebutuhan manusia yang harus dipenuhi, maka bisnis kuliner akan terus tumbuh dan berkembang. Sudah banyak pelaku usaha yang meraup untung dari usaha kuliner ini. Namun tidak sedikit pula pelaku usaha kuliner yang gulung tikar alias bangkrut, karena strategi pemasaran yang digunakan kurang tepat dan yang kurang optimal. Artinya keberhasilan sebuah bisnis kuliner dalam memenangkan persaingan ditentukan oleh penerapan strategi pemasaran yang tepat serta hubungan baik yang dijalani dengan konsumen. Tidak terkecuali pengaruh dalam penyajian makanan dan minuman (*food service*) yang dimulai dari skala kecil seperti warung, *outlet*. Sedangkan bisnis makanan berskala menengah seperti depot, rumah makan dan *cafe*, dengan bisnis berskala besar seperti restoran-restoran mewah. Untuk menghadapi persaingan yang semakin ketat, para pelaku usaha

melakukan strategi demi mendapat keuntungan. Salah satu tujuan pelaku usaha adalah dengan meningkatkan keputusan pembelian untuk mengikuti persaingan.

Warung Botok MBAK LIS merupakan suatu usaha makanan lokal yang berada pada wilayah Tulungagung. Warung tersebut menyediakan berbagai macam makanan yang terutama makanan seperti macam-macam botok dari berbagai banyak olahan bahan makanan seperti botok yang berbahan dasar dari jenis ikan seperti botok lele, botok mujair, botok tuna, botok patin, botok gurame. Selain itu juga terkenal sebagai lokasinya yang cukup nyaman dan memiliki berbagai olahan botok yang berbahan dasar dari jenis-jenis ikan, yang dapat menarik minat calon konsumen untuk datang ke Warung Botok MBAK LIS. Hal ini bisa dibuktikan dengan adanya peningkatan penjualan pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1
Data penjualan Warung Botok MBAK LIS bulan Januari – Maret 2022

Bulan	Pengunjung
Januari	250
Februari	265
Maret	270

Sumber: Warung Botok MBAK LIS (2022)

Dengan adanya tabel 1.1 maka dapat menunjukkan bahwa memiliki peningkatan pengunjung hal tersebut dikatakan bahwa warung Botok MBAK LIS dapat menarik konsumen untuk melakukan keputusan pembelian. Sebelum melakukan keputusan pembelian ada berbagai faktor variabel yang

harus dipertimbangkan untuk meningkatkan keputusan pembelian, dengan melihat lokasi tempat usaha.

Dalam penelitian ini peneliti memilih penelitian pada obyek penelitian yang lokasi pada Warung Botok MBAK LIS yang berada di daerah Tulungagung. Tepatnya pada tulungagung bagian pedesaan, lokasi pada Warung Botok MBAK LIS merupakan suatu lokasi yang berada di pemukiman pedesaan tetapi masih cukup terjangkau oleh konsumen. Dengan lokasi di pedesaan tersebut memiliki konsep yang tradisional dengan bangunan seperti layaknya rumah joglo, selain itu juga lokasi tersebut juga sudah dapat memiliki pemandangan yang menarik dengan konsep perpaduan hamparan sawah bersebelahan dengan bukit yang memiliki suasana yang sangat sejuk dan nyaman. Lokasi menurut Tjiptono (2015:345), Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Reza Reza & Firdaus (2020), menyebutkan bahwa lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, hal ini penetapan lokasi yang tepat dan strategis memberikan positif kepada keputusan pembelian.

Selain lokasi, kualitas pelayanan juga berperan penting terhadap keputusan akan pembelian konsumen. Menurut Tjiptono (2016:59) menyatakan bahwa Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Pelayanan yang disajikan oleh Warung Botok MBAK LIS tidak

jauh berbeda dengan pelayanan yang lainnya tetapi mempunyai keunikan tersendiri. Mungkin semua orang berpikiran bahwa pelayanan yang terdapat pada rumah makan atau restoran pada wilayah pedesaan cenderung berbeda dengan cara yang terdapat pada perkotaan, tetapi disini mempunyai keunikan tersendiri, dengan memiliki konsep tetap melayani seperti layaknya standart pelayanan pada daerah perkotaan tak lipa juga dengan pada wilayah pedesaan. Melayani konsumen dengan baik, ramah layaknya orang pedesaan dan dengan mencontoh pelayanan pada daerah perkotaan seperti lebih terperinci dan hati-hati dalam melakukan pelayanan. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Rahayu, (2018) pelayanan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Supaya konsumen dapat mengetahui produk yang ditawarkan maka pelaku usaha harus mempunyai strategi untuk memasarkan produknya dengan melakukan cara promosi. Menurut Tjiptono (2015:387) promosi merupakan elemen bauran pemasaran yang berfokus pada upaya menginformasikan, membujuk, dan mengingatkan kembali konsumen akan merek dan produk perusahaan. Promosi yang dilakukan saat ini pada Warung Botok MBAK LIS adalah dengan cara masih mengandalkan dari sebuah bentuk kepuasan konsumen dan sebuah relasi yang terdapat pada sekitar wilayah tersebut. Sebagai mana dengan cara dari kepuasan konsumen yang akan memberitahu kepada calon konsumen berikutnya, dan memiliki sebuah relasi yang mencakup pada organisasi dan pada dinas pemerintahan. Dengan menawarkan diskon tertentu pada sasaran promosi tersebut. Seperti penelitian

yang dilakukan oleh Khoiriyah & Budi Utomo (2021) Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, semakin inovatif dan kreatif akan memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian.

Dari uraian diatas maka peneliti mengambil judul penelitian **“PENGARUH LOKASI, KUALITAS PELAYANAN, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI WARUNG BOTOK MBAK LIS”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, Penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Lokasi Warung Botok MBAK LIS strategis namun jauh dari pusat kota.
2. Sistem pelayanan yang dilakukan di Warung Botok MBAK LIS memiliki pelayanan yang responsif, dengan diiringi pelayanan yang ramah.
3. Warung Botok MBAK LIS memiliki cara promosi yang unik dengan mengenalkan produk melalui media sosial dan memberikan potongan harga pada pembelian dalam jumlah besar.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas didapat Batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut. Hal ini agar peneliti lebih terfokus pada subjek yang akan menjadi pokok permasalahan.

Batasan masalah yang akan diteliti lebih lanjut adalah tentang Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian di Warung Botok MBAK LIS.

D. Rumusan Masalah

Dalam penelitian ini permasalahan yang dihadapi dalam proses penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS?
2. Adakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS?
3. Adakah pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS?
4. Adakah pengaruh lokasi, pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS.

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis :

1. Pengaruh lokasi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS.
2. Pengaruh pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS.

3. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS.
4. Pengaruh lokasi, pelayanan dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Warung Botok MBAK LIS.

F. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi beberapa pihak, adapun manfaat dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Manfaat ini dapat dijadikan sebagai saran informasi yang berguna untuk meningkatkan wawasan dan pengetahuan tentang pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap keputusan pembelian.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi satu model yang bermanfaat bagi pihak pihak yang berkepentingan antara lain:

a. Bagi peneliti

Untuk menambah pengetahuan wawasan dan lebih berpengalaman khususnya dalam menganalisis permasalahan khususnya di bidang pemasaran.

b. Bagi perusahaan

Penelitian ini diharapkan menambah masukan bagi manajemen dalam hal meningkatkan penjualan dengan memperhatikan faktor faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam melakukan penjualan.

c. Bagi pengembang ilmu

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai referensi penelitian penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan keputusan pembelian.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, S. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (8 ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Khoiriyah, A., & Budi Utomo, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Honda Beat (Studi Kasus Pada Masyarakat Wadungasri Sidoarjo) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Kotler, & Keller. (2014). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2012). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Rajawali.
- Kotler, P. (2018). *Prinsip-Prinsip Marketing*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Polla, F. C., Mananeka, L., & Taroreh, N. R. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4), 3068–3077. <https://doi.org/10.35794/emba.v6i4.21224>
- Rahayu, E. (2018). Pengaruh Lokasi, Kelengkapan produk, dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Imam Market Kisaran. *Journal of Science and Social Research*, 1(February), 7–12.
- Reza, M., & Firdaus, Y. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Persebaya Store Mashariono Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Senggetang, V., Mandey, S. L., & Moniharapon, S. (2019). Pengaruh Lokasi, Promosi Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Perumahan Kawanua Emerald City Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(1), 881–890.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2012). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta.: CV. Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta.: CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (edisi 4). CV. Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2016). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Mardo. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa* (Cetakan 1; Sartono, ed.). Yogyakarta: deepublish.
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.