



Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan

Suharlina

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Mamuju

Email: linasuharlina77@gmail.com

Abstrak

Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Berkah Kecamatan Sampaga Kabupaten Mamuju dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Berkah Kecamatan Sampaga Kabupaten Mamuju. Jenis yang digunakan yakni kuantitatif dan data kualitatif dan Sumber Data yakni Data Primer dan Sekunder. Hasil perhitungan rumus Cochran menunjukkan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Metode Analisis Data yakni Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linear Berganda. Berdasarkan hasil uji analisis yang dilakukan maka hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Berkah Kecamatan Sampaga Kabupaten Mamuju dan untuk Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan Berkah Kecamatan Sampaga Kabupaten Mamuju.

Kata kunci: Pelayanan; Harga; Lokasi; Konsumen

The Effect of Service Quality, Price and Location on Consumer Purchase Decisions at Restaurants

Abstrac

The aim of this study is to determine the effect of service quality, price and location on purchasing decisions at Berkah Restaurant, Sampaga District, Mamuju Regency and to determine the effect of service quality, price and location simultaneously on purchasing decisions at Berkah Restaurant, Sampaga District, Mamuju Regency. The types used are quantitative and qualitative data and the data sources are primary and secondary data. The results of the calculation of the Cochran formula show that the number of samples in this study were 96 respondents. Data analysis methods namely Validity Test, Reliability Test, Multiple Linear Regression. Based on the results of the analysis tests carried out, the results obtained show that service quality, price, and location have a partially significant effect on purchasing decisions at the Berkah Restaurant, Sampaga District, Mamuju Regency and for service quality, price, and location have a simultaneous and significant effect on decisions purchase at the Berkah Restaurant, Sampaga District, Mamuju Regency.

Keywords: Service; Price; Location; Consumer

A. Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk holistik atau makhluk yang sempurna baik dari unsur biologis, psikologis, spiritual dan sosial dan pastinya memiliki berbagai kebutuhan yang cukup kompleks untuk mempertahankan serta mengembangkan hidupnya. Kebutuhan itupun bermacam-macam serta

berfariatif tergantung pada aspek pemanfaatan dan kegunaan, sifat dan karakter, waktu pemenuhan, gaya hidup, serta sosial dan budaya. Jika dikelompokkan secara umum kebutuhan itu terbagi atas kebutuhan primer, kebutuhan sekunder serta kebutuhan tersier. Adanya kebutuhan yang berfariatif itu tentunya menuntut setiap individu untuk selalu memiliki motivasi dan berusaha memenuhi kebutuhan tersebut.

Kebutuhan masyarakat yang semakin bervariasi ini dijadikan sebuah peluang oleh setiap pelaku usaha untuk membuat terobosan bisnis yang bertujuan mempertahankan serta mengembangkan bisnisnya ditengah persaingan yang semakin kompetitif. Salah satu kebutuhan mendasar setiap manusia adalah kebutuhan akan makan dan minum, kebutuhan ini pastinya harus terpenuhi dengan untuk tetap bertahan hidup. Dengan melihat peluang tersebut para pelaku usaha membuat usaha perdagangannya dengan rumah makan, cafe, restoran cepat saji, *fast casual*, *casual style dining*, dan lainnya, hal tersebut dilakukan untuk menarik sebanyak-banyaknya konsumen atau pelanggan. Konsumen atau pelanggan bagi pelaku usaha memiliki makna yang begitu berarti, bahkan konsumen diibaratkan sebagai napas yang begitu berdampak pada kelanjutan eksistensi kehidupan usaha dalam dunia bisnis, karena konsumen merupakan sumber dana utama didalam sebuah usaha untuk menjalankan operasional perusahaan. Maka dari itu bukanlah hal yang keliru ketika ada beberapa pengusaha mencanangkan dalam motto usahanya konsumen ataupun pelanggan adalah raja.

Salah satu faktor sering mempengaruhi keputusan seseorang dalam melakukan transaksi pembelian adalah tentang harga, hal ini memiliki pengaruh yang sangat kuat bagi setiap konsumen untuk menetapkan pilihan pembeliannya. Harga merupakan satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, harga juga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel dalam arti harga dapat dirubah dengan cepat. Oleh karenanya hal yang menjadi perhatian pertama konsumen saat ingin memiliki suatu produk adalah berapa nilai yang harus dikeluarkan konsumen untuk mendapatkan produk yang ditawarkan apakah mahal, murah, sedang atau sepadan hal ini tergantung dari tingkat kemampuan setiap konsumen, yang melatar belakangi harga adalah kondisi lingkungan dan kondisi individu setiap konsumen.

Selanjutnya berdasarkan keterangan konsumen yang melakukan transaksi pada rumah makan mengatakan di rumah makan sering kali pelayanannya kurang bagus karena pelayanan karyawan rumah makan sering lambat dalam melakukan pekerjaannya sehingga konsumen atau pelanggan sering antri untuk bisa memesan makanan, dan juga setelah selesai memesan terkadang makanan yang kita pesan penyajiannya relatif lama, tetapi keunggulan pelayanan rumah makan berkah jam bukanya sudah maksimal karena jam bukanya sampai 24 jam.

Faktor lain yang dapat mempengaruhi konsumen mau melakukan transaksi pembelian ialah dari segi lokasi, dimana lokasi adalah dimana suatu usaha atau aktifitas usaha dapat dilakukan, tempat parkir yang luas, akses menuju lokasi, visibilitas dan lingkungan.

Keputusan pembelian merupakan proses dalam pembelian yang nyata, apakah membeli atau tidak. Jadi dapat dikatakan secara sederhana keputusan pembelian itu keputusan yang mutlak dan final serta tidak dapat diganggu gugat lagi karena telah melalui proses seleksi diantara berbagai alternatif pilihan. Dalam proses pengambilan keputusan pembelian hal yang sangat berpengaruh adalah perasaan puas pasca melakukan transaksi pembelian

1.1 Rumusan Masalah

Merujuk latar belakang yang telah dipaparkan, maka rumusan masalah dalam riset ini sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju?
2. Apakah kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju?

1.2 Tujuan Penelitian

Merujuk rumusan masalah yang ada maka dapat disusun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju.

B. Kajian pustaka

2.1 Definisi Pemasaran

Pemasaran bisa didefinisikan sebagai suatu aktivitas nyata dalam mendistribusikan suatu barang atau jasa dari tangan penjual ke tangan pembeli dengan alat tukar yang berupa uang yang nilainya setara dengan kadar barang atau jasa tersebut.

Menurut Warnadi dalam Nasution dan Aslami (2022:27), pemasaran adalah “aktivitas yang dilakukan seseorang dalam menyalurkan hasil kerjanya baik dalam bentuk barang ataupun jasa yang didalamnya mengandung daya tarik sehingga hasrat atau keinginan lebih kepada seseorang dari hasil kerja tersebut sehingga terjadinya transaksi”. Sedangkan menurut Kotler dalam Luntungan, dan Tawas (2019:5496), adalah “kemampuan yang dimiliki seseorang dalam menjalankan dinamika usahanya yang dimana dalam proses tersebut tercipta hasil kerja yang berupa barang atau jasa, dan mempunyai nilai sesuai dengan permintaan pangsa pasar”.

Adapun pendapat senada dengan pendapat yakni menurut Stanton dalam Marlizar, Fandefi, Lisnawati, dan Yuslaidar (2020:90), adalah “aktivitas-aktivitas yang dilakukan seseorang ataupun kelompok dalam menjalankan proses kerja di suatu usaha yang ia miliki, berupa tata cara memperoleh hasil kerja, penyaluran barang, bertambahnya mitra kerja dan proses penentuan kadar barang atau jasa yang ia miliki dalam mencapai kesepakatan sesuai dengan permintaan pangsa pasar”.

2.2 Kualitas Pelayanan

Salah satu yang menjadi dasar tingkat kepuasan seseorang adalah kualitas pelayanan, perusahaan digolongkan baik ketika perusahaan dapat memberi apa yang pelanggan inginkan baik itu berupa barang maupun jasa. Artinya pelayanan yang baik memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian, ketika pelanggan terpuaskan maka perusahaan dapat mencapai tujuannya yakni memperoleh keuntungan yang banyak. Menurut Moenir dalam Ariyanto. M dkk (2022:43), mengatakan bahwa pelayanan adalah “proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung”.

Sedangkan menurut Kotler dalam Indahsari, dan Roni (2022:54), mendefinisikan pelayanan sebagai “setiap kegiatan yang manfaatnya dapat diberikan dari satu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud (*intangible*) dan tidak berakibat pemilikan sesuatu”. Senada dengan hal tersebut. Brata dalam Ariyanto. M dkk (2022:43), mengeluarkan definisi yang berbeda yakni “suatu pelayanan akan terbentuk karena adanya proses pemberian layanan tertentu dari pihak penyedia layanan kepada pihak yang dilayani”.

Dengan memperhatikan pengertian-pengertian yang sudah diuraikan diatas bisa ditarik pemahaman bahwa pelayanan ialah sesuatu aktivitas ataupun proses aktivitas yang terjadi didalam hubungan secara langsung perorangan, kelembagaan, atau perusahaan dengan konsumennya, yang mana salah satu pihak menyiapkan atau mengurus hal-hal yang dibutuhkan oleh pihak yang lainnya dalam upaya untuk memberikan kepuasan kepadanya dan pelayanan yang diberikan tersebut sifatnya tidak bisa dimiliki dan tidak memiliki hakekat wujud.

2.3 Harga

Menurut Dharmmesta, dan Handoko dalam Wariki, dkk (2022:1075), mengemukakan harga adalah “Jumlah suatu nilai mata uang yang ditukarkan konsumen sebab menggunakan ataupun mengkonsumsi produk ataupun jasa tertentu yang di mana memiliki manfaat yang dibutuhkan ataupun diinginkan konsumen”. Sedangkan menurut Kottler dan Keller dalam Baheqi, dkk (2022:23), “salah satu unsur didalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, sedangkan unsur lainnya menghabiskan biaya”.

Dari pengertian yang telah di kemukakan diatas maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa harga ialah jumlah, nilai atau nominal suatu barang yang digunakan setiap produsen untuk menjual suatu barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan konsumen.

2.4 Lokasi

Menurut Tjiptono dalam Imanulah, Andriyani dan Melvani (2022:289), lokasi ialah “mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyaluran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen”.

Sedangkan menurut Ghanimata dalam Kurniawan dan Soliha (2022:350), lokasi merupakan “letak toko atau pengecer pada daerah yang strategis sehingga dapat memaksimalkan laba. Para konsumen saat ini tentunya sangat bijak dalam melihat dan memilih lokasi tujuan pembelian mereka”. Adapun pendapat yang senada dengan pengertian lokasi di atas yakni menurut Kasmir dalam Kurniawan dan Soliha (2022: 350), lokasi merupakan “tempat melayani konsumen, dapat pula diartikan sebagai tempat untuk memajangkan barang-barang dagangannya”.

Dengan memperhatikan pengertian yang sudah diuraikan di atas bisa ditarik pemahaman bahwa lokasi ialah alamat atau letak atau juga suatu tempat dimana perusahaan didirikan dengan tujuan agar mudah dijangkau oleh konsumen atau pembeli yang akan melakukan pembelian terhadap produk-produk atau jasa yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan tersebut.

2.5 Keputusan Pembelian

Menurut Assauri (2017:139), Keputusan pembelian adalah “tindakan yang didasari oleh seseorang melalui persepsi tentang manfaat, kualitas produk atau jasa yang diinginkannya”. Sedangkan Schiffman dan Kanuk (2015:232), menyatakan keputusan pembelian adalah “sikap yang didasari oleh seseorang melalui beberapa pertimbangan yang selaras dengan kebutuhan yang diinginkannya”. Pendapat lain juga di paparkan oleh Kotler, P dan Armstrong, G (2019:181), keputusan pembelian adalah “kemampuan secara bertahap dalam memilih suatu barang ataupun jasa sesuai dengan tahapan atas dasar kebutuhannya”.

Berdasarkan beberapa pendapat yang telah dikemukakan oleh pakar penulis menyimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu perilaku pengambilan sikap konsumen dengan alternatif membeli atau tidak membeli barang atau jasa sebagai pemecahan masalah yang dihadapinya. Dalam pengambilan keputusan ini konsumen melalui beberapa tahapan yakni dimulai dari pemenuhan kebutuhan, pencarian informasi, melakukan evaluasi untuk mencari alternatif, lalu pengambilan tindakan yang menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan.

3. Metode penelitian

3.1 Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi data kuantitatif dan data kualitatif:
 - a. Data Kuantitatif
Menurut Sugiono (2017:13), Data Kuantitatif yaitu “data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan”. Data Kuantitatif dalam penelitian ini yaitu jumlah populasi dan sampel penelitian dan perhitungan kuesioner serta hasil penelitian.
 - b. Data Kualitatif
Menurut Sugiono (2017:13), Data Kualitatif “data yang berbentuk kata, kalimat, skema dan gambar”. Yang termasuk data kualitatif dalam penelitian ini adalah gambaran umum tempat penelitian dan data tentang karakteristik responden penelitian.
2. Sumber Data dalam penelitian ini meliputi Data Primer dan Sekunder:
 - a. Data primer
Menurut Sugiyono (2018:193) data primer yaitu “sumber data langsung memberikan data tersebut kepada pengumpulan data”. Data Primer pada penelitian ini dilakukan dengan cara pengamatan secara langsung atau observasi, wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden.
 - b. Data sekunder
Menurut Sugiyono (2018:193) data sekunder yaitu “sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data”. Data Sekunder penelitian ini yaitu dokumen laporan-laporan tertulis yang relevan, misalnya jumlah karyawan, jumlah pelanggan, jumlah keluhan pelanggan yang ada berdasarkan data dari Rumah Makan di Kabupaten Mamuju.

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014:119), Populasi yaitu “wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Penentuan populasi itu merupakan hal yang pokok dalam sebuah penelitian, hal ini dikarenakan populasi dapat memberikan informasi atau data yang berguna bagi penelitian. Populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan Rumah Makan di Kabupaten Mamuju dengan jumlah tidak diketahui atau tidak terbatas.

3.2.2 Sampel

Sugiyono (2014:120), mengemukakan “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi”. Dalam penelitian ini jumlah populasi tidak diketahui atau tidak terbatas. Menurut Sugiyono (2019:142), “bila jumlah populasi dalam penelitian tidak diketahui secara pasti jumlahnya, maka perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran”:

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan :

- n = Jumlah sampel yang ditentukan
- z = Kurve normal untuk simpangan 5%, dengan ketetapan nilai 1,96
- p = Peluang benar 50% = 0,5
- q = Peluang salah 50% = 0,5
- e = Tingkat kesalahan sampel (sampling error), 10% = 0,1.

Maka didapatkan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{z^2 pq}{e^2} \\n &= \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,1)^2} \\n &= \frac{(3,84) (0,25)}{0,01} \\n &= \frac{0,9604}{0,01} \\n &= 96,04\end{aligned}$$

Hasil perhitungan rumus Cochran diatas menunjukkan bahwa jumlah sampel pada penelitian ini sebanyak 96,04 yang kemudian dibulatkan menjadi 96 Sampel sebagai Responden.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Menurut Riduwan (2015:24), Metode pengumpulan data ialah “teknik atau cara cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data, metode (cara atau teknik) merujuk suatu kata yang abstrak dan tidak di wujudkan dalam benda, akan tetapi hanya dapat dilihat penggunaannya melalui angket, wawancara, pengamatan, ujian (tes), dokumentasi, dan lainnya. Peneliti dapat menggunakan salah satu atau gabungan tergantung dari masalah yang di hadapi”.

3.3.1 Pengamatan (Observasi)

Menurut Sugiyono (2013:226), “Observasi adalah dasar semua ilmu pengetahuan. Para ilmuwan hanya dapat bekerja berdasarkan data, yaitu fakta mengenai dunia kenyataan yang diperoleh melalui observasi. Data itu dikumpulkan dan sering dengan bantuan berbagai alat yang sangat canggih, sehingga benda-benda yang sangat kecil (proton dan elektron) maupun yang sangat jauh (benda ruang angkasa) dapat diobservasi dengan jelas”.

3.3.2 Wawancara (Interview)

Menurut Sugiyono (2018:194), “Wawancara merupakan teknik didalam mengumpulkan data atau informasi yang dilakukan dengan cara bertanya-tanya kepada para responden atau para sumber atau informan tentang fokus permasalahan yang diteliti didalam kegiatan riset yang dilakukan, baik itu bertanya langsung tatap muka ataupun bertanya melalui telephone”.

3.3.3 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2018:243), “Dokumentasi ialah teknik didalam mengumpulkan data atau informasi yang dilaksanakan atau dilakukan dengan cara-cara mengambil data atau informasi yang berkaitan atau berhubungan dengan fokus kegiatan riset yang dilakukan melalui dokumen-dokumen tertulis maupun dokumen-dokumen elektronik dari suatu institusi ataupun dari suatu lembaga”.

3.3.4 Studi Kepustakaan

Menurut Sugiyono (2016:291), berkaitan dengan “kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, peneliti terdahulu”.

3.3.5 Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2018:140), “Kuesioner ialah metode untuk mengumpulkan data atau informasi didalam kegiatan riset yang dilaksanakan dengan cara memberi lembar yang berisi pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada nara sumber atau responden atau informan supaya ditanggapi atau dijawabnya”. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini daftar pertanyaan (kuesioner) yang berhubungan dengan indikator-indikator yang digunakan.

3.4 Metode Analisis Data

Analisis data ialah suatu usaha atau cara-cara guna mengelola data-data yang diperoleh dari kegiatan riset yang telah dilakukan supaya bisa menjadi informasi-informasi yang berarti sedemikian sehingga karakter data-data tersebut dapat dimengerti dan dapat digunakan untuk memberikan jawaban atas permasalahan-permasalahan yang terdapat didalam kegiatan riset yang lakukan. Dalam penelitian ini alat uji analisis yang digunakan penulis adalah sebagai berikut:

3.4.1 Uji Validitas

Menurut Ghozali (2012:35), validitas “menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau satu set dari operasi-operasi mengukur apa yang harusnya diukur. Mengukur validitas dapat membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} dimana jika $r_{hitung} > \text{nilai } r_{tabel}$ butir pernyataan dianggap valid”.

3.4.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2012:35), merupakan “alat untuk mengukur suatu koesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika tanggapan seseorang terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu”. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan cara pengukuran sekali saja kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain mengukur korelasi antar tanggapan dari pernyataan, dimana statistik *Cronbach Alpha* (α) menggunakan koefisien *Cronbach's Alpa* $> 0,6$.

3.4.3 Regresi Linear Berganda

Dalam menganalisis data pada penelitian ini, peneliti memakai analysis regresi linear berganda dan dengan memakai tingkat signifikansi ($\alpha = 0,05$) juga dengan menggunakan bantuan perangkat program siap pakai SPSS versi 24.0. Secara sistematis bentuk persamaan regresi linear berganda dalam kegiatan riset ini yaitu:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Dimana:

Y	=	Keputusan pembelian
a	=	Konstanta
X ₁	=	Kualitas Pelayanan
X ₂	=	Harga
X ₃	=	Lokasi
b	=	Koefisien Regresi
e	=	Error”

1. Uji Parsial (Uji t)

Dalam kegiatan riset ini, untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan uji parsial yakni untuk mengetahui pengaruh masing-masing secara individu variabel independen (Lingkungan Kerja dan Stres Kerja) terhadap variabel dependen (kinerja pegawai). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji t dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0 dengan tingkat signifikansi yang ditetapkan adalah 5% atau dengan kata lain 0,05. Rumus uji t (Parsial), jika nilai thitung > ttabel maka dapat dikatakan variabel independen berpengaruh secara parsial terhadap variabel dependen.

2. Uji f (Simultan)

Dalam kegiatan riset ini, untuk menguji hipotesis peneliti menggunakan uji simultan yakni untuk mengetahui pengaruh masing-masing secara bersama-sama variabel independen (kualitas pelayanan, harga dan lokasi) terhadap variabel dependen (keputusan pembelian). Kaidah pengambilan keputusan dalam uji f dengan menggunakan bantuan *software* SPSS versi 24.0 dengan tingkat pengaruh yang ditetapkan adalah 5% atau dengan kata lain 0,05. Adapun ketetapan rumus uji f (Simultan), jika nilai fhitung > ftabel.

3. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen dengan cara melihat angkat atau nilai *range*. Adapun pengujian koefisien determinasi sebagai berikut:

- a. Apabila angkat atau nilai *range R Squer* mendekati angkat (1) maka dapat dikatakan variabel independen memiliki sumbangsi atau pengaruh besar terhadap variabel dependen.
- b. Apabila angkat atau nilai *range R Squer* mendekati angkat (0) maka dapat dikatakan variabel independen tidak memiliki sumbangsih atau pengaruh besar terhadap variabel dependen.

4. Hasil dan pembahasan

4.1 Hasil Analisis Data Penelitian

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui kevalitan setiap tanggapan responden terkait dengan pernyataan pada kuesioner penelitian, uji validitas dilakukan dengan cara membandingkan nilai r_{hitung} dan nilai r_{tabel}. Jika nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} maka item pernyataan pada setiap variabel penelitian dinyatakan valid dan sebaliknya jika nilai r_{hitung} lebih kecil dari nilai r_{tabel} maka item pernyataan pada setiap variabel penelitian dinyatakan tidak valid, r_{hitung} didapatkan dengan menggunakan program *software* SPSS versi 24.0, sedangkan r_{tabel} didapatkan dengan cara melihat tabel r. Berdasarkan tabel *product moment* untuk *degree of freedom* (df) = N - 2, dimana jumlah N (sampel) adalah 96 - 2 = 94, maka diperoleh nilai r_{tabel} sebesar 0,201.

Tabel 1
Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	(r _{hitung})	(r _{tabel})	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X1)	Pernyataan 1	0,213	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,276	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,503	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,342	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,635	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,785	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,613	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,594	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,778	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,613	0,201	Valid
Harga (X2)	Pernyataan 1	0,716	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,803	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,777	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,719	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,610	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,310	0,201	Valid

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan

	Pernyataan 7	0,810	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,804	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,261	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,211	0,201	Valid
Lokasi(X3)	Pernyataan 1	0,614	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,710	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,839	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,738	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,742	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,816	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,625	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,825	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,597	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,731	0,201	Valid
Keputusan Pembelian(Y)	Pernyataan 1	0,323	0,201	Valid
	Pernyataan 2	0,499	0,201	Valid
	Pernyataan 3	0,212	0,201	Valid
	Pernyataan 4	0,250	0,201	Valid
	Pernyataan 5	0,580	0,201	Valid
	Pernyataan 6	0,830	0,201	Valid
	Pernyataan 7	0,700	0,201	Valid
	Pernyataan 8	0,839	0,201	Valid
	Pernyataan 9	0,825	0,201	Valid
	Pernyataan 10	0,696	0,201	Valid

Sumber Data : Primer setelah diolah, tahun 2022

Adapun hasil uji validitas pada tabel 1 diatas menunjukkan semua pernyataan setiap indikator variabel dalam penelitian ini dapat dikatakan valid dikarenakan nilai rhitung > rtabel (nilai rhitung lebih besar dari rtabel) dari masing-masing pernyataan.

Uji Realibilitas

Uji realibilitas digunakan dengan cara membandingkan angka *Cronbach Alpha* dengan ketentuan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60. Jika nilai *Cronbach Alpha* yang didapatkan dari hasil perhitungan SPSS lebih besar dari 0,60, maka disimpulkan kuisioner tersebut reliabel, (Ghozali, 2012:37).

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's alpha</i>	Angka	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,729	0,60	Reliabel
Harga	0,776	0,60	Reliabel
Lokasi	0,898	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,790	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0 tahun 2022

Berdasarkan tabel 2 diperoleh nilai *Cronbach's alpha* dari masing-masing variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat dinyatakan bahwa semua pernyataan dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah reliabel untuk dijadikan alat ukur penelitian.

Uji Regresi Linear Berganda

Metode regresi linear berganda dimaksudkan untuk mengetahui keeratan hubungan yang ada diantara kedua variabel. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Berikut uraian hasil pengolahan data persamaan regresi linear berganda menggunakan SPSS 24.0 berikut:

Tabel 3
Hasil Persamaan Regresi linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.
		B	Std. Error	d Coefficients Beta		
1	(Constant)	.918	2.268		.405	.686
	Kualitas Pelayanan	.415	.121	.393	3.443	.001
	Harga	.261	.062	.242	4.224	.000
	Lokasi	.299	.073	.417	4.080	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0 tahun 2022

Persamaan regresi linear berganda yang dihasilkan dari analisis perhitungan dihasilkan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 0,918 + 0,415X_1 + 0,261X_2 + 0,299X_3$$

Dari hasil persamaan regresi linear berganda pada persamaan diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta
Nilai konstanta pada persamaan regresi linear berganda sebesar 0,918 yang artinya jika nilai kualitas pelayanan, harga, dan lokasi dalam keadaan tetap atau sama dengan nol (0), maka keputusan pembelian tidak mengalami perubahan, maka nilai keputusan pembelian sebesar 0,918.
2. $b_1 = 0,415$, yang artinya jika lingkungan kerja meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat satu satuan sebesar 0,415 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam keadaan konstan.
3. $b_2 = 0,216$, yang artinya jika harga meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat satu satuan sebesar 0,216 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam keadaan konstan.
4. $b_3 = 0,299$, yang artinya jika lokasi meningkat satu satuan, maka keputusan pembelian akan meningkat satu satuan sebesar 0,299 dengan asumsi variabel lain tidak mengalami perubahan atau dalam keadaan konstan.

Pengujian Secara Signifikan Parsial (Uji t)

Sebelum memulai menghitung hasil uji parsial adapun rumus mencari t tabel yakni adalah sebagai berikut:

1. Cara menguji t tabel

Rumus ttabel:

$$\begin{aligned} Df &= N - K - 1 & sig. &= (a/2) \\ &= 96 - 3 - 1 & &= (0,05/2) \\ &= 92 & &= (0,025) \end{aligned}$$

N = jumlah responden

K = jumlah variabel

Jadi, ttabel = 1,986 (cara pendapatan nilai dapat dilihat pada tabel ttabel).

Tabel 4. Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a						
---------------------------	--	--	--	--	--	--

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.918	2.268		.405	.686
	Kualitas Pelayanan	.415	.121	.393	3.443	.001
	Harga	.261	.062	.242	4.224	.000
	Lokasi	.299	.073	.417	4.080	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0 tahun 2022

Berdasarkan hasil analisis statistik pengujian hipotesis dari masing-masing variabel secara parsial, diperoleh hasil pengujian sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan, diperoleh nilai signifikan 0,001 dengan menggunakan batas signifikan α sebesar 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,001 < \alpha 0,05$ dan thitung sebesar $3,443 >$ ttabel sebesar 1,986. Hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau hipotesis diterima.
2. Harga, diperoleh nilai signifikan 0,000 dengan menggunakan batas signifikan α sebesar 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,000 < \alpha 0,05$ dan thitung sebesar $4,224 >$ ttabel sebesar 1,986. Hal ini berarti bahwa harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau hipotesis diterima.
3. Lokasi, diperoleh nilai signifikan 0,000 dengan menggunakan batas signifikan α sebesar 0,05 dapat diketahui bahwa nilai signifikan $0,000 < \alpha 0,05$ dan thitung sebesar $4,080 >$ ttabel sebesar 1,986. Hal ini berarti bahwa lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima atau hipotesis diterima.

Uji f (Uji Simultan)

Sebelum memulai menghitung hasil analisis regresi adapun rumus mencari Ftabel yakni adalah sebagai berikut :

1. Cara mencari Ftabel

Rumus Ftabel

$$df1 = K - 1$$

$$= 4 - 1$$

$$= 3$$

$$df2 = N - K - 1$$

$$= 96 - 3 - 1$$

$$= 92$$

K = jumlah semua variabel baik dependen maupun independen

N = jumlah responden

Jadi, ftabel = 3,095 (cara pendapatan nilai dapat dilihat pada nilai tabel ftabel).

Tabel 5.
Hasil Uji f (Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Rumah Makan

1	Regression	2147.634	3	715.878	138.260	.000 ^b
	Residual	476.356	92	5.178		
	Total	2623.990	95			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan						

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0 tahun 2022

Berdasarkan hasil uji simultan diatas dapat dilihat bahwa nilai signifikan sebesar 0,000, dengan menggunakan batas signifikan α yaitu 0,05 dapat diketahui bahwa tingkat signifikan sebesar $0,000 < \alpha$ sebesar 0,05, F_{hitung} sebesar $138,260 > F_{tabel}$ sebesar 3,095. Dengan demikian **kualitas pelayanan, harga, dan lokasi** berpengaruh secara bersama-sama dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju. Dengan demikian bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima atau Hipotesis diterima.

Uji Koefisien Korelasi (R) Dan Determinasi (R²)

Tabel 6.
Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) Dan Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.905 ^a	.818	.813	2.27547
a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga, Kualitas Pelayanan				

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 24.0 tahun 2022

Berdasarkan hasil diatas menjelaskan bahwa besarnya angka koefisien korelasi (R) sebesar 0,905 termasuk dalam kategori hubungan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, yang sangat kuat dan memiliki hubungan linear (Garis Lurus Positif). Angka *R Squer* 0,818 menunjukkan kemampuan atau tingkat pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, serta angka *Adjust R Square* 0,813 atau 81,3% menunjukkan terdapat variabel yang lain yang berpotensi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, sebesar 18,7%, namun tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil statistik dalam penelitian ini kualitas pelayanan, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,443 > 1,986$) dan nilai probabilitiy kualitas pelayanan ($0,001 < 0,05$), artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan.

Selanjutnya berdasarkan hasil deksritif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil deskripsi tanggapan responden berdasarkan pernyataan dari setiap indikator variabel seperti, karyawan rumah makan melayani dengan tepat dan benar. Artinya bahwa setiap konsumen sangat memerlukan pelayanan yang sesuai dengan harapan yang diinginkan konsumen, seperti pelayanan yang ramah, dan penyajian pesanan secara cepat.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil statistik dalam penelitian ini harga, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dapat dilihat dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,224 > 1,986$) dan nilai probabilitiy kualitas pelayanan ($0,000 < 0,05$), artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan.

Selanjutnya berdasarkan hasil deksritif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil deskripsi tanggapan responden berdasarkan pernyataan dari setiap indikator variabel seperti, rumah makan menyediakan makanan

dengan kualitas yang baik serta harga yang murah. Artinya bahwa setiap konsumen selain kualitas dari makanan yang ditawarkan yang sesuai dengan harapan konsumen harga juga menjadi tolak ukur sebagai alasan mengapa masyarakat ingin berbelanja dirumah makan berkah, setiap apa yang ditawarkan kepada konsumen, maka para konsumen akan senantiasa menilai dan memberikan rekomendasi kepada para konsumen lainnya.

Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian

Berdasarkan hasil statistik dalam penelitian ini lokasi, berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju, dapat dilihat dari nilai thitung > tabel ($4,080 > 1,986$) dan nilai probabilitas lokasi ($0,000 < 0,05$), artinya kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan.

Selanjutnya berdasarkan hasil deskriptif dalam penelitian ini menunjukkan bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian dapat dilihat dari hasil deskripsi tanggapan responden berdasarkan pernyataan dari setiap indikator variabel seperti, lokasi rumah makan dengan lingkungan masyarakat yang mendukung. Artinya bahwa secara tidak langsung pemikiran lokasi pada suatu rumah makan berkah tidak hanya meliputi sarana dan prasarana dalam menunjang aktivitas kerja bagi karyawan dan memfasilitasi para konsumen, tetapi para konsumen juga menilai bahwa ketika kita berada pada lingkungan masyarakat yang mendukung akan keberadaan usaha kita pastinya usaha kita akan memiliki citra baik dikalangan konsumen.

5. Kesimpulan

Dari hasil analisis data yang telah dilakukan dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju.
2. Kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Rumah Makan di Kabupaten Mamuju.

Saran

1. Kualitas pelayanan yang dimiliki Rumah Makan agar dapat ditingkatkan lagi, dikarenakan dalam hasil nilai tanggapan responden berdasarkan hasil olahan program spss yang menunjukkan kualitas pelayanan memang berpengaruh secara signifikan. Akan tetapi terdapat beberapa hal yang harus diperhatikan khususnya bagi karyawan Rumah Makan, yakni dari segi kehandalan, maksudnya dalam melakukan proses kerja, perlunya penguasaan akan fasilitas pendukung dalam melakukan proses kerja sesuai dengan arahan atau tugas yang diberikan.
2. Harga dalam penelitian ini berpengaruh terhadap keputusan pembelian, akan tetapi perlunya hal-hal yang perlu diperhatikan lagi bagi *Owner* Rumah Makan yakni menambah potongnya harga khusus serta mempertahankan harga makanan yang sudah diterapkan sebelumnya.
3. Lokasi dalam penelitian ini juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, akan tetapi perlunya perluasan lahan yang dilakukan *Owner* Rumah Makan, terutama perluasan wilayah tempat parkir bagi para konsumen.

Daftar Pustaka

- Bagus, I, dan Ulfan. (2022). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Ritel Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Konsumen Mirota Kampus Di Yogyakarta)*. *Journal of Business and Management*, 5(1), 1-18.
- Cahyadi, I, W dan Telagawathi, N, W, L, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Kain Endek Di Kabupaten Buleleng*. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 3(2), 172-177.
- Clinton, F, P, Mananeke, L dan Taroreh, R, N. (2018). *Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Indomaret Manado Unit Jalan Sea*, *jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(4), 3068 – 3077.
- Daga, D. (2017). *Citra Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. *Makassar: Gopal Research and Consulting Institute*.
- Esha, D. (2022). *Pengaruh Inovasi Produk, Fasilitas, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Roti Bakar 88 Kutabumi Tangerang*. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 17-28.

- Febrian, D, Sutardjo, A, dan Yulistia. (2022). *Analisis Harga, Promosi, Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pemilihan Belanja Online (Studi Kasus Di Lazada Express Padang)*. Jurnal Matua,4(1) 169-184.
- Haryanto, E. (2017). *Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado*, jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 1(3), 750-760.
- Hidayah, H. (2019). *Pengaruh Harga, Fasilitas, Pelayanan, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rumah Makan Di Kabupaten Bulukumba*. 1-78.
- Indahsari, L, N, dan Roni, M. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Kedai Kopi BE Kalirejo*. Jurnal Bisnis Islam dan Perbankan Syariah, 1(1), 51-60.
- Irawan, H. (2004). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Kelima. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasinem. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(4), 39-339.
- Kurniawan, D, D, dan Soliha, E. (2022). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan pada My Kopi O Semarang*. Journal Of Management, 5(1), 348 – 358.
- Leonita Elisabeth Massa, Altje L. Tumbel, dan Rotinsulu Jopie Jorie. (2022). *Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dan Alfamart Di Wilayah Maumbi Minahasa Utara*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(1), 49 – 58.
- Luntungan, W, G, A, dan Hendra Tawas, N. (2019). *Strategi Pemasaran Bambuden Boulevard Manado: Analisis Swot*, Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 7(4), 5495-5504.
- Mardo. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: deepublish.
- Mukhlis, MA. (2019). *Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Pengiriman J & T di Muara Bulian*. Journal of Economics and Business, 3(1), 1-9.
- Nurpratama, M, dan Yudianto, A. (2022). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Dan Fasilitas Kerja Terhadap Kepuasan Kerja Pada Pegawai Kpu Kabupaten Indramayu*. Jurnal Investasi, 8(1),36-46.
- _____. (2016). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV T.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sulastri, S, Surahman, B, dan Erna, E. (2022). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian di Pasar Paya Ilang Kabupaten Aceh Tengah*. Jurnal Ilmu-Ilmu Manajemen, 4(1), 49-58.
- Umboh, M Dan Tommy, P. (2016). *Pengaruh Harga Tempat Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Pasar Tradisional Airmadidi*. Jurnal Berkala Efisiensi, 16(04), 91-98.
- Tjiptono, F. (2014). *Service, Quality & Satisfaction*. Edisi 3. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wijaya, A, Simarmata, H, M, P, Chandra, E, Fahr, M, I, dan Sisca. (2021). *Pengaruh Fasilitas Terhadap Minat Beli Konsumen Dengan Word Of Mouth Sebagai Pemediasi Pada Publik Kopi Pematangsiantar*. Jurnal Manajemen dan Keuangan, 9(2), 175-184.
- Warere, O, P, Y dan Mandagie. (2022). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Indosat Ooredoo Di Desa Kaneyan Kecamatan Tareran*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 10(1), 1014-1022.
- Satrio, B. (2015). *Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Avanza*. Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen, 4(9), 1-8.
- Sondak, C, Tumbel, A, L, dan Lintong, D, C, A. (2021). *Analisis Pengaruh Promosi Penjualan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Indogrosir Manado*. Jurnal Riset Ekonomi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi, 9(2), 754-764.
- Suwito, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada CV Global AC Banjarbaru*. Jurnal Kumpulan Informasi dan Artikel Manajemen dan Akuntansi. Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Pancasetia Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pancasetia Banjarmasin,14(3), 255-262.