

## Pengaruh Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sultan Coffee

**Bangun Rara'**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email: [bangunrara@gmail.com](mailto:bangunrara@gmail.com)

**Isak Pasulu**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

**Dwibin Kannapadang**

Universitas Kristen Indonesia Toraja

Email : [dwibinkannapadang90@gmail.com](mailto:dwibinkannapadang90@gmail.com)

**Abstract.** *The research method used in this study is quantitative research with a sample of 70 Sultan Coffee consumers. The data analysis technique used in this study is a multiple linear regression test using SPSS version 25.0*

*The results of this study show that partially price variables have a significant effect on purchasing decisions, location variables have a significant effect on purchasing decisions. Price and location variables simultaneously influence the purchase decision at Sultan Coffee*

**Keywords :** Price, Location, Purchase decision

**Abstrak.** Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel 70 konsumen Sultan Coffee. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji regresi linier berganda menggunakan SPSS versi 25.0. Hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa secara parsial variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, variabel lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada Sultan Coffee

**Kata Kunci :** Harga, Lokasi, Keputusan pembelian

### LATAR BELAKANG

Bisnis kuliner akhir-akhir ini sedang menunjukkan perkembangan yang pesat. Perkembangannya dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti demografi, tingkat ekonomi yang meningkat serta gaya hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari menjamurnya bisnis kuliner dengan berbagai konsep, seperti konsep Restoran

Perkembangan jaman saat ini juga membuat masyarakat cenderung lebih memiliki kesibukan dan mobilitas yang tinggi. Mereka umumnya lebih sering menghabiskan waktu di luar rumah. Karena alasan kepraktisan dan kenyamanan, mereka biasanya sering mengunjungi tempat-tempat makan untuk berkumpul bersama keluarga dan teman, bertemu klien, atau hanya sekedar untuk bersantai ditengah kesibukan mereka.

Cafe merupakan salah satu tempat yang banyak dipilih. Cafe dinilai tidak hanya menawarkan makanan dan minuman saja, tetapi juga menawarkan fasilitas yang dapat memberikan kenyamanan bagi pengunjungnya. Tidak heran bila para pengunjung Cafe bisa menghabiskan waktu berjam-jam berada di sana. Selain terlibat perbincangan santai, sebagian pengunjung juga menggunakan Cafe sebagai tempat menyelesaikan tugas atau pekerjaan.

Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini guna memperoleh data dan informasi mengenai faktor penyebab keputusan pembelian pada Sultan Coffee. Saat ini masyarakat toraja dihadapkan dengan banyaknya pilihan Cafe-Cafe yang ada di Makale, hal ini dipengaruhi oleh berbagai macam faktor. Faktor-faktor tersebut berupa Harga, lokasi, yang menjadi fokus utama yang mempengaruhi keputusan pembelian pada Sultan Coffee. Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian terkait keputusan pembelian pada Sultan Coffee dengan menjadikan beberapa permasalahan yang telah diuraikan diatas sebagai topik permasalahan penelitian dengan judul Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Sultan Coffee.

## **KAJIAN TEORITIS**

### **Harga**

Harga merupakan salah satu faktor penting yang mempengaruhi keputusan pembelian seseorang. Konsumen akan membeli suatu produk yang sesuai dengan kemampuan membelinya. Harga adalah sejumlah nilai barang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yang ditetapkan pada dasarnya disesuaikan dengan apa yang menjadi harapan perusahaan. Harga juga biasanya mencerminkan kualitas dari produk yang menyertainya (Kotler dkk, (2016

Indikator dari harga (kotler dalam Amilia dkk,2017) seperti : keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk.dan daya saing harga kesesuaian harga dengan manfaat

### **Lokasi**

Lokasi adalah tempat yang mengacu pada berbagai aktivitas keputusan pembelian yang memperlancar dan mempermudah perusahaan dalam melakukan operasi atau kegiatannya

Lokasi usaha dapat juga disebut dengan saluran distribusi perusahaan karena lokasi juga berhubungan langsung dengan pembeli atau konsumen atau dengan kata lain lokasi juga merupakan tempat produsen menyalurkan produknya kepada pembeli ataupun merupakan

komitmen sumber daya jangka panjang. Perusahaan perlu melihat pentingnya pembeli untuk menentukan keputusan pembelian menurut lokasi. Lokasi akan mempengaruhi pertumbuhan di masa depan. Area yang dipilih haruslah mampu untuk tumbuh baik itu dalam usaha perdagangan eceran ataupun lainnya.

Adapun Indikator Lokasi (Hendra Fure,2013) seperti alses fasilitas parkir lingkungan mekanisme corporate governance

### **Keputusan Pembelian**

Keputusan pembelian konsumen diawali oleh keinginan membeli yang timbul karena terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi seperti keluarga, harga yang diinginkan, informasi yang diberikan dan keuntungan atau manfaat yang bisa diperoleh dari produk atau jasa. Keputusan pembelian merupakan tindakan dari konsumen untuk membeli atau tidaknya terhadap suatu produk atau jasa.

Adapun Indikator keputusan pembelian dapat digunakan untuk mengevaluasi keadaan atau kemungkinan dilakukan pengukuran terhadap perubahan-perubahan yang terjadi dari waktu ke waktu. Sementara itu keputusan konsumen untuk melakukan pembelian suatu produk atau jasa meliputi 6 indikator keputusan pembelian (Kotler dan Keller,2016) : waktu pembelian pemilihan merek dan pemilihan produk

### **Penelitian Terdahulu**

Penelitian yang dilakukan oleh AR Andanawari (2014) Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Stove Syndicate Café Semarang)

Hasil Penelitian Analisis regresi menunjukkan variabel harga, lokasi dan kualitas produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang paling berpengaruh adalah kualitas produk. Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Anindya Rachma Andanawari (2014) Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pada Stove Syndicate Café Semarang) Hasil analisis regresi menunjukkan variabel harga, lokasi dan kualitas produk mempunyai pengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah kualitas produk, diikuti oleh harga dan yang memiliki pengaruh paling kecil adalah lokasi.

Hasil analisis dengan menggunakan uji T menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas produk secara individual memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.

Rendika Putri Kartika, Ida Aryati, ochmi Widayanti/ (2019) Pengaruh Brand Image, Gaya Hidup, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Café Tiga Tjeret Di Surakarta.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa uji f brand image, gaya hidup dan lokasi secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian café three tjeret di Surakarta. Hasil uji t menunjukkan bahwa citra merek, gaya hidup dan lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian ketiga kafe tjeret di Surakarta.

Wihdah Arina Azriya (2019) Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Loja De Café Purwokerto Berdasarkan hasil pengujian menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan lokasi secara simultan atau bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian melalui uji t dan uji f. Sedangkan nilai R square sebesar 0,297 yang berarti 29,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh kualitas produk, harga, dan lokasi. Sedangkan sisanya yaitu 71,3% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti

Umi Fadilah(2017) Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Cafe Bima” Bandung Tulungagung Hasil dari penelitian ini adalah bahwa kualitas produk, lokasi dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian di “Cafe Bima” Bandung Tulungagung.

## **METODE PENELITIAN**

### **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif karena data yang digunakan berupa angka-angka (Sugiyono 2014).

### **Lokasi Penelitian**

Adapun lokasi yang telah ditentukan pada penelitian ini yaitu: Sultan Coffee.

### **Jenis Data**

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil jawaban kuesioner yang diberikan oleh responden.

### **Sumber Data**

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu subyek dari mana data dapat diperoleh berupa Penelitian lapangan (Field Research) dan Penelitian Kepustakaan (Library Research)

## Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen Sultan Coffee.

## Sampel

Teknik pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pelanggan Sultan Coffee yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data.

## Prosedur Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data- data yang relevan yang digunakan dalam penelitian ini adalah :Observasi, kuesioner dan dokumentasi

## Teknik Analisis Data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi berganda. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu uji asumsi klasik (uji normalitas, heterokedastisitas dan multikolinearitas), uji validitas, reliabilitas, uji regresi linier berganda, uji hipotesis (uji t, uji f dan uji determinasi)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Digunakan untuk menganalisa pengaruh variabel Harga dan Lokasi terhadap variabel Keputusan Pembelian. Dalam pengolahan data menggunakan program aplikasi SPSS versi 25 dengan jumlah responden 70 orang. Adapun metode analisis data yang digunakan yaitu sebagai berikut.

### Uji Validitas

Uji validitas diukur dengan membandingkan nilai hitung dengan nilai r tabel, jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  (pada taraf signifikansi 0,05) maka pernyataan tersebut dinyatakan valid

**Tabel 1**  
**Hasil Uji Validitas**

Variabel	Pernyataan	r-hitung	r-tabel	Hasil Uji	
(X1)	Harga	Pernyataan 1	0,6791	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	0,5428	0,2352	Valid	
	Pernyataan 3	0,5253	0,2352	Valid	
	Pernyataan 4	0,5314	0,2352	Valid	
	Pernyataan 5	0,4626	0,2352	Valid	
	Pernyataan 6	0,4747	0,2352	Valid	
	Pernyataan 7	0,4559	0,2352	Valid	
	Pernyataan 8	0,4602	0,2352	Valid	

Lokasi (X2)	Pernyataan 1	0,4756	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	0,5479	0,2352	Valid
	Pernyataan 3	0,4860	0,2352	Valid
	Pernyataan 4	0,4922	0,2352	Valid
	Pernyataan 5	0,5690	0,2352	Valid
	Pernyataan 6	0,6348	0,2352	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Pernyataan 1	0,7290	0,2352	Valid
	Pernyataan 2	0,8062	0,2352	Valid
	Pernyataan 3	0,7854	0,2352	Valid
	Pernyataan 4	0,8488	0,2352	Valid
	Pernyataan 5	0,8363	0,2352	Valid
	Pernyataan 6	0,7548	0,2352	Valid

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan data pada Tabel 4.8 menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung setiap item pernyataan lebih besar dari r tabel = 0,2352.

### Uji Reliabilitas

Cara menghitung reliabilitas adalah dengan menghitung koefisiensi reliabilitas Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha >0,60 maka dapat disimpulkan bahwa pernyataan yang digunakan untuk mengukur masing-masing variabel dapat dipercaya

**Tabel 2**  
**Hasil Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Keterangan
Harga (X1)	0,831	Reliabel
Lokasi (X2)	0,828	Reliabel
Kep. Pembelian (X3)	0,880	Reliabel

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Hasil pengujian pada Tabel 4.3 menunjukkan bahwa ketiga variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,6 maka dapat dikatakan bahwa semua variabel dalam penelitian ini reliabel.

### Uji Normalitas

Dasar pengambilan keputusan uji normalitas dapat dilihat dari nilai probabilitas (*Asymtotic Significance*) Kolmogorof- Smirnov jika nilai probabilitas  $\geq 0,05$  maka data tersebut berdistribusi normal

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.50902891
Most Extreme Differences	Absolute	.098
	Positive	.098
	Negative	-.090
Test Statistic		.098
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093 <sup>c</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Data berdistribusi normal jika nilai probabilitas  $> 0,05$ . Berdasarkan data yang telah diolah menggunakan SPSS, nilai probabilitas 0,093, maka data dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

### Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk mengetahui ada tidaknya variabel independen yang terdapat dalam model regresi memiliki hubungan linear yang sempurna

**Tabel 4**  
**Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.853	2.155			.860	.393		
	Harga	.398	.089	.478		4.464	.000	.469	2.132
	Lokasi	.391	.110	.381		3.559	.001	.469	2.132

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil output di atas didapatkan bahwa nilai VIF dari kedua variabel X di atas lebih kecil dari 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas dalam penelitian ini.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan dari residual suatu pengamatan ke pengamatan lain (Wahab, 2020).

**Tabel 5**  
**Uji Heterokedasitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.698	1.421		-1.195	.236
	Harga	.015	.059	.045	.260	.795
	Lokasi	.090	.072	.215	1.246	.217

a. Dependent Variable: Abs\_Res

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil output SPSS di atas diperlihatkan bahwa nilai signifikansi variabel Harga 0,795 dan variabel Lokasi sebesar 0,217. Karena nilai signifikansi kedua variabel di atas lebih besar dari 0,05 maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heterokedasitas dalam model regresi ini.

### Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda yang bertujuan untuk menganalisis hubungan variabel bebas (Harga dan Lokasi) secara serentak terhadap variabel terikat (Keputusan Pembelian)

**Tabel 6**  
**Uji Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.853	2.155		.860	.393
	Harga	.398	.089	.478	4.464	.000
	Lokasi	.391	.110	.381	3.559	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil uji persamaan regresi linier berganda diatas didapatkan hasil :  $Y =$

$$1,853 + 0,398 X_1 + 0,391 X_2 + e$$

Nilai konstanta sebesar 1,853 diartikan bahwa jika ke semua variabel bebas bernilai 0, maka nilai dari Keputusan Pembelian bernilai sebesar 1,853. Koefisien regresi variabel Harga ( $X_1$ ) 0,398 berarti bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin variabel Harga maka hal itu akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,398. Koefisien regresi Lokasi ( $X_2$ ) 0,391 berarti bahwa setiap penambahan 1 (satu) poin variabel pelatihan maka hal itu akan meningkatkan Keputusan Pembelian sebesar 0,398

### Uji Parsial (t)

Pengujian parsial bertujuan untuk menunjukkan pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Berikut penjelasan masing-masing variabel secara parsial.

**Tabel 7**  
**Uji t**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.853	2.155		.860	.393
	Harga	.398	.089	.478	4.464	.000
	Lokasi	.391	.110	.381	3.559	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan hasil output diatas didapatkan kesimpulan pertama bahwa Variabel Harga ( $X_1$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 4,464 > t_{tabel} 1,6679$ , yang artinya  $H_1$  diterima. Kesimpulan kedua bahwa Variabel Lokasi ( $X_2$ ) berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian (Y) berdasarkan hasil uji t, dimana nilai signifikansi sebesar  $0,001 < 0,05$  dan nilai  $t_{hitung} 3,559 > t_{tabel} 1,6679$ , yang artinya  $H_2$  diterima

### Uji Simultan (Uji f)

Uji simultan (uji f) digunakan untuk melihat apakah semua variabel independent atau variabel bebas dalam penelitian ini mempunyai pengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel dependen (terikat).

**Tabel 8**  
**Hasil Uji F**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	278.661	2	139.331	59.412	.000 <sup>b</sup>
	Residual	157.125	67	2.345		
	Total	435.786	69			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Hasil pengujian model regresi untuk keseluruhan variabel menunjukkan nilai F hitung = 59,412 dengan signifikansi 0.0000. Didapatkan hasil Nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel ( $> 3,13$ ) dan dengan menggunakan batas signifikansi 0.00, nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0.05 dengan arah koefisien positif. Dengan demikian diperoleh bahwa hipotesis yang menyatakan bahwa variabel Harga dan Lokasi secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian. Dengan demikian  $H_3$  diterima.

### Uji koefisien korelasi

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui tingkat keeratan hubungan antara dua variabel yang dinyatakan dengan koefisien korelasi (r). Jenis hubungan antar variabel X dan Y dapat bersifat positif dan negatif

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Koefisien Korelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 <sup>a</sup>	.639	.629	1.53139

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai R sebar 0,800. Hasil ini memperlihatkan adanya korelasi yang kuat antara variabel x (Harga dan Lokasi) dengan variabel y (Keputusan Pembelian).

### Uji koefisien determinasi (R<sup>2</sup>)

Koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen.

**Tabel 10**  
**Hasil Uji Determinasi R<sup>2</sup>**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 <sup>a</sup>	.639	.629	1.53139

a. Predictors: (Constant), Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : data diolah SPSS (2023)

Berdasarkan tabel di atas nilai R<sup>2</sup> sebesar 0,639. Hasil tersebut memperlihatkan sebanyak 63,9% variabel Harga dan Lokasi mempengaruhi Keputusan Pembelian. Sisanya sebesar 36,1% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan dalam penelitian ini, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan bukti bahwa harga yang diberikan oleh Kafe Sultan *Coffee* yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan bukti bahwa lokasi Kafe Sultan *Coffee* yang meliputi kemudahan akses, ketersediaan fasilitas parkir dan lingkungan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **Saran**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan bukti bahwa harga yang diberikan oleh Kafe Sultan *Coffee* yang meliputi keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas produk, daya saing harga dan kesesuaian harga dengan manfaat dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa lokasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil ini memberikan bukti bahwa lokasi Kafe Sultan *Coffee* yang meliputi kemudahan akses, ketersediaan fasilitas parkir dan lingkungan dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

### **UCAPAN TERIMA KASIH**

Penulis mengucapkan banyak terima kasih terutama pada kedua orang tua terkasih serta saudara-saudara saya yang terus mendukung dengan tulus ikhlas memberikan doa, kasih sayang, perhatian, motivasi, biaya, kepada penulis hingga selesainya skripsi ini, juga kepada Bapak Drs. Isak Pasulu.,M.Si dan Ibu Dwibin Kannapang, SE.M.Si. yang telah membimbing penulis dalam penyelesaian skripsi ini dengan baik serta ucapkan terima kasih juga kepada dosen penguji. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada Dekan dan Ketua Prodi Manajemen, serta civitas akademik prodi manajemen UKI Toraja serta semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan dan bantuan kepada penulis selama ini.

## DAFTAR REFERENSI

- Algifari. (2015). *Analisis Regresi untuk Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: BPFE.
- Ananda, Rusydi. 2019. *Pengantar Kewirausahaan*. Medan: Perdana Publishing.
- Andhika, Y. K. P., (2017). *Penilaian Situs E-Government Dengan Metode Webqual Dan Importance Performance Analysis*. *Jurnal Teknik Industri*, 17(2), 92. <https://doi.org/10.22219/jtiumm.vol17.no2.92-100>
- Amirullah, Haris (2013). *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Asmani, J. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Baja Mandiri Di Jakarta*. *Disrupsi Bisnis*, 1(1).
- Asnawi, Nur dan Masyhuri. (2013) *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Azwar, Saifuddin. 2016. *Reabilitas & Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, John W., 2016. *Resign Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Edisi 4, terj. Achmad. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Desi, 2021. *Pengaruh Religiusitas Wajib Pajak, Kesadaran Perpajakan, Kualitas Layanan dan Tax Amnesty Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Usahawan*. *ITC Cempaka Mas*. 46.
- Engel, James et al. 2016. *Consumer Behaviour*. Mason: Permissions Department, Thomson Business and Economics.
- Ghozaly, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro : Semarang
- Graha, G. G. (2018). *Pengaruh Desain Produk Dan Harga Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Distro Invictus Bandung*. i, 16–45
- Sutanto, Herry. 2018, *Manajemen Pemasaran Bank Syariah*, Cet.1
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016. *Marketing Managemen, 15th Edition, Pearson Education, Inc.*
- Lamb et.al, Joseph F. Hair, Carl Mcdaniel. 2013. *Pemasaran*. Edisi Pertama, Salemba Empat, Jakarta.
- Lukiastuti, Fitri, et.al (2020). *The Influence of Entrepreneur's Personal Characteristics on SMES Performance Mediated by Entrepreneurial Orientation*. *International Journal of Psychosocial Rehabilitation*. Volume 24 -Issue 8
- One, N., Program, D., & Bisnis, S. A. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk, Desain Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian tas merek ekspor*.
- Oriando, A. (2021). *Sosialisasi Nilai-Nilai Demokrasi Menggunakan Media Audio Visual Bermuatan Kontroversial Dengan Modifikasi Strategi Think Pair and Share Kolaborasi Debate Active Untuk Meningkatkan Critical Thinking Pada Santri Kelas X IPA II SMA Walisongo Karang*. Malang. Edisi 28. Persada.
- Rambat Lupiyoadi, 2013, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat
- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung.
- Saenawati dan Desi. *Pengaruh Fasilitas dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pembelian CafeLogika*. Dalam *Terapan Manajemen dan Bisnis*, 1. Sampit: 2017: 60.

- 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*. In *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI) /Vol (Vol. 4, Issue 2)*. [www.topbrand-award.com](http://www.topbrand-award.com) Salatiga: Institut Agama Islam Negeri Salatiga Penerbit Universitas Diponegoro
- Santoso, Singgih. 2015. *Menguasai Statistik Multivariat*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Siregar, F. 2017. *Pengaruh Promosi, Desain Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus: Toko Sepatu Tasya Jaya)*. 21.
- Sudjana. 2014. *Metode Statistika*, Bandung:
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Cetakan Ke). Alfabeta, Bandung. [www.cvalfabetabdg.com](http://www.cvalfabetabdg.com)
- Suhartanto(2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bandung: Alfabeta
- Sunarsi, D. (2018). *Pengembangan Sumber Daya Manusia Strategik & Karakterisrik Sistem Pendukungnya : Sebuah Tinjauan*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(3), 178 -194.
- Tjiptono,Kasmir (2013). *Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset.